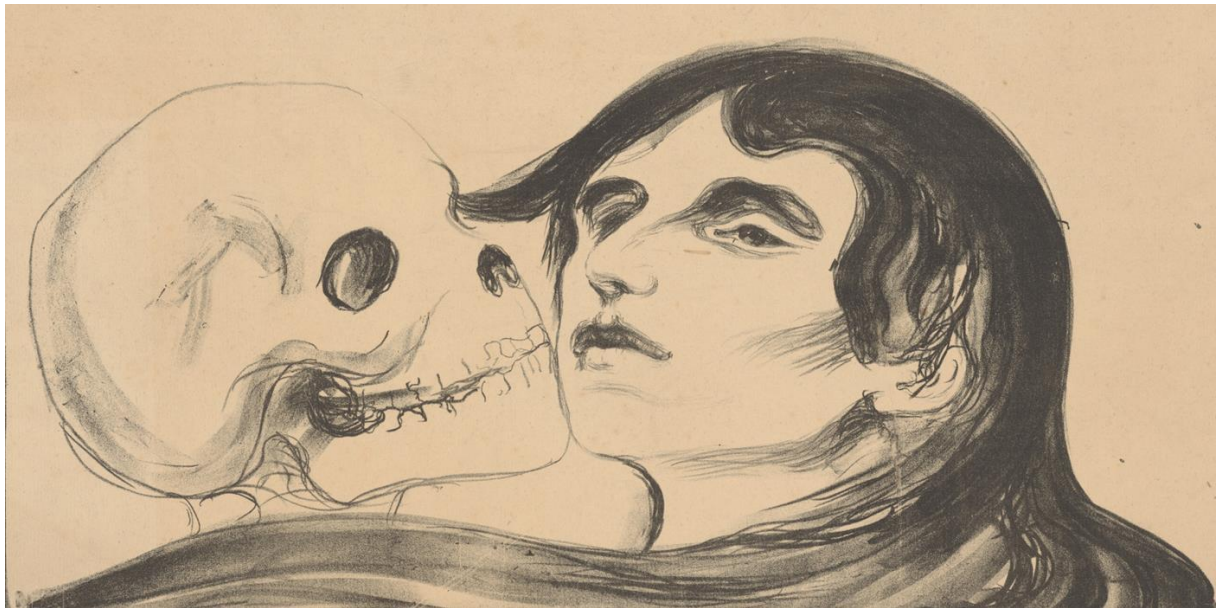


# ÅRSBERETNING 2022





## Innhold

LEDERENS BERETNING .....	4
1. ANSVARSOMRÅDE .....	6
2. MÅLOPPNÅELSE, RESULTATER OG RISIKOVURDERING .....	8
2.1. Situasjonsbeskrivelse.....	8
2.2 Måloppnåelse.....	62
2.3 Styring og kontroll .....	62
3. SAMMENLIGNING AV BUDSJETT OG REGNSKAP .....	65
3.1 Driftsregnskap .....	65
3.2 Selvkostkapitlene.....	66
3.3 Investeringsregnskap.....	67
3.4 Investeringsregnskap på prosjektnivå .....	67
3.5 Noter i regnskapet .....	69
4. SÆRSKILT RAPPORTERING .....	71
4.1 Tiltak for å forbedre service overfor innbyggere og næringsliv .....	71
4.2 Saksbehandlingstid .....	71
4.3 Handlingsplan for mennesker med funksjonsnedsettelse .....	71
4.4 Universell utforming.....	72
4.5 Tiltak/aktiviteter i tråd med Oslo kommunes folkehelseplan .....	73
4.6 Likestillingstiltak rettet mot byens innbyggere.....	74
4.7 Rapportering innen HR-området og helse- miljø og sikkerhet (HMS).....	75
5. MILJØ- OG KLIMARAPPORTERING 2019 .....	80
5.1 Kortfattet omtale av miljø- og klimaarbeidet i egen virksomhet .....	80
5.2 Klimabudsjett .....	81
5.3 Status for miljø- og klimaarbeidet i Oslo kommune .....	82
6. OPPFØLGING AV VERBALVEDTAK OG FLERTALLSMERKNADER .....	84
6.1 Utkvittering av bystyrets verbalvedtak og merknader .....	84
6.2 Merknader fra kommunerevisjonen og kontrollutvalget .....	84

## LEDERENS BERETNING

Det nye Munchmuseets første driftsår – museets første år som *MUNCH* – er tilbakelagt. Et første år i et nytt bygg der vi har «bodd oss inn», men også et sted med helt andre og fantastiske muligheter enn vi kunne forestilt oss for å formidle og forske på Munch, hans samtid – og vår egen tid. Et første år i nytt hus byr på rikelig med refleksjoner over akkurat dette med at vi nå har helt andre forutsetninger for å nå bredt ut til et langt større publikum enn før. Og vi har nådd langt ut. Første driftsår viser dette: Antall bookete billetter til alle aktiviteter endte på 851 623. Totalt har det siden åpning vært mer enn 1,3 millioner innom huset ved årets avslutning. Dette er fantastiske tall, og viser at *MUNCH* når langt med å formidle kunst til et stort publikum. *MUNCH* er nå blant Nord-Europas mest besøkte museum. Det er en posisjon vi vil arbeide hardt for å opprettholde – også i fremtiden.

Edvard Munchs store gave til Oslo har fått et nytt hjem, og hans kunstneriske gave danner nå grunnlaget for en storstilt presentasjon av kunstnerskapet, både tematisk og kronologisk. Med Edvard Munch og Stenersen-samlingen som base, er *MUNCH* nå i ferd med å posisjonere seg som et kunst- og kulturhus. En rekke nye saler gir rom for å satse på utstillinger som spenner fra det moderne til det samtidige, og konsert- og arrangementssalene brukes flittig av kunder, og fylles med innhold fra vårt LIVE program. Lobbyen har vist seg å være en perfekt arena for store åpningsarrangementer, noe som tiltrekker seg et stort yngre publikum.

13 utstillinger har vært gjennomført så langt, og 8 utstillingsåpninger viser hvilken kapasitet det nye huset har – men også like mye hvor stort engasjement og formidlingsglede som de ansatte utviser. Tempoet og produksjonsaktiviteten har vært høy. *MUNCH* har vist seg som et samtidskunstmuseum gjennom første utgave av Triennalen, den store presentasjonen av kunstneren Camille Henrot, og ikke minst gjennom *Solo Oslo*, en serie av yngre samtidskunstnere som får produsere nye verk i samarbeid med en yngre formidler. Programmet er en satsning sammen med Talent Norge og Canica.

Oslo kommune har gjort en enestående investering som vi på *MUNCH* er stolte over å forvalte. I tildelingsbrevet gjøres det klart at vi skal formidle Edvard Munchs kunst til Oslos befolkning, sikre og arbeide for å tiltrekke nye publikumsgrupper, og herunder styrke barne- og ungdomssatsingen og sørge for et mangfoldig tilbud, både i innhold og blant utøvere. Tallene og antallet arrangementer viser at vi er på god vei med å legge grunnlaget for en god måloppnåelse her.

Særlig har satsningen på mange ulike programmer for barn og unge vært stor. Bygget tillater en lang rekke nye formidlingsformer, som er tatt i bruk. Verdt å løfte frem er serien *Kom Tenk Med Oss*, utstillinger særlig rettet mot barn. Først ute i denne serien var *Hjernelabyrinten*, en stor, inviterende installasjon av kunstneren Jennie Bringaker. Antall solgte barnebilletter økte betraktelig i månedene *Hjernelabyrinten* var åpen. I tillegg brukte mange skoler og barnehager anledningen til å besøke labyrinten og utstillingen ble en snakkis blant store og små. Vi har også hatt en lang rekke *MUNCH Ung* arrangementer, syv i alt: To Vinterferieverksteder, Åpningsfest, *Ung samtale*, *Ung Pop Art workshop*, *Ung Feiring*, og en avslutning av året med *Ung Scene*. Fra februar til desember deltok hele 300 ungdommer på våre *MUNCH Ung*-aktiviteter.

*MUNCH* skal være en attraktiv kulturscene og arena i Oslo by. I løpet av 2022 har vi vært vertskap for over 100 forestillinger og 45 ulike utleiearrangementer.

MUNCH skal satse på forskning på Edvard Munch og hans virke. Vi skal videre ha fokus på hvordan Munch fortsetter å påvirke kunstnere, men også til å videreføre hans eksperimentelle, innoverende og modige kunstneriske profil. Ny kunnskap gir oss muligheter til å utvikle oss i takt med vår tid.

Musée d'Orsay i Paris var vertskap for den største presentasjonen av Edvard Munch på flere år, og utstillingen har hatt rekordhøyt besøk – med totalt 720 000 besøkende ved utstillingens avslutning. Det viser hvilken internasjonal betydning og tiltrekningskraft Munchs kunst har, og hvilken unik mulighet vi nå har til å posisjonere både Oslo som attraktiv kunst og kulturby, men også hvilket potensiale MUNCH har til å nå ut internasjonalt gjennom turnerende utstillinger, innovative forretningsmodeller og kanskje også andre former for formidling. Dette er lærdom vi tar med oss inn i det nye året.

Munchmuseet er blitt noe helt annet enn det det var på Tøyen, og er på mange måter en ny institusjon for Oslo, Norge og verden. Edvard Munch har stor nasjonal verdi og vi vil arbeide for å styrke også dette perspektivet. Å sikre god kunnskap og tilgjengelighet rundt om i verden, også for dem som ikke kan besøke oss fysisk, er et annet perspektiv som vi tar med oss videre.

Et museum har evigheten som perspektiv. I de kommende årene skal vi fortsette å utvikle oss og sikre at vi har en god plattform også for fremtiden, kunstnerisk, i forhold til forskning og innovasjon på nye formidlingsmetoder, og bevaringen av den kunstsakten vi forvalter.

Vi vil takke alle som har bidratt til et første driftsår som har gått over all forventning. Tusen takk til et entusiastisk publikum, våre medarbeidere som har levert langt mer enn forventet, Muma for restaurantdrift, Avarn for sikkerhet, Oslobygg for bygningsdrift og Toma for renhold.

Takk til alle våre støttespillere som bidrar til at vi kan gjennomføre et så rikt kunstnerisk program – INPEX Idemitsu Norge AS, Canica, Viking Cruises, Aker BP, Deloitte, Multiconsult, Polestar, Bergesenstiftelsen, Sparebankstiftelsen DNB og Talent Norge. Til sist ønsker vi å rette en takk til Byrådsavdelingen for et godt samarbeid, som vi ser frem til å utvikle videre.

Oslo den 3. februar 2023



Tone Hansen  
Direktør

## 1. ANSVARSOMRÅDE

Munchmuseet forvalter Norges viktigste kunstsamlinger. De testamentariske gavene etter Edvard Munch og Rolf Stenersen omfatter en av verdens største monografiske kunstsamlinger (fra en og samme kunstner) og inneholder nærmere 27 000 kunstverk av Edvard Munch fordelt på nær 1 200 malerier, over 7 000 tegninger og skisser, mer enn 18 000 grafiske blad og 14 skulpturer. I tillegg forvalter museet Edvard Munchs originale fotografier, hans trykkplater og litografiske steiner, mange tusen tekster og brev, samt rundt 10 000 personlige eiendeler.

I tillegg forvalter Munchmuseet kunst donert av Rolf E. Stenersen, donerte verk av Amaldus Nielsen og Ludvig O. Ravensberg. Dette utgjør nærmere 900 kunstverk hvorav cirka 600 malerier.

Munchmuseets misjon oppsummerer museets eksistensberettigelse og primære samfunnsoppdrag:

**MUNCH skaper sterke kunstopplevelser  
for et bredt og mangfoldig publikum og  
trekker linjer mellom fortid, nåtid og framtid**

Munchmuseets visjon belyser styrken i museets samlinger og hva kunsten faktisk kan bidra til hvis vi gjør jobben vår best mulig:

**Med Edvard Munch beveger vi mennesker over hele verden**

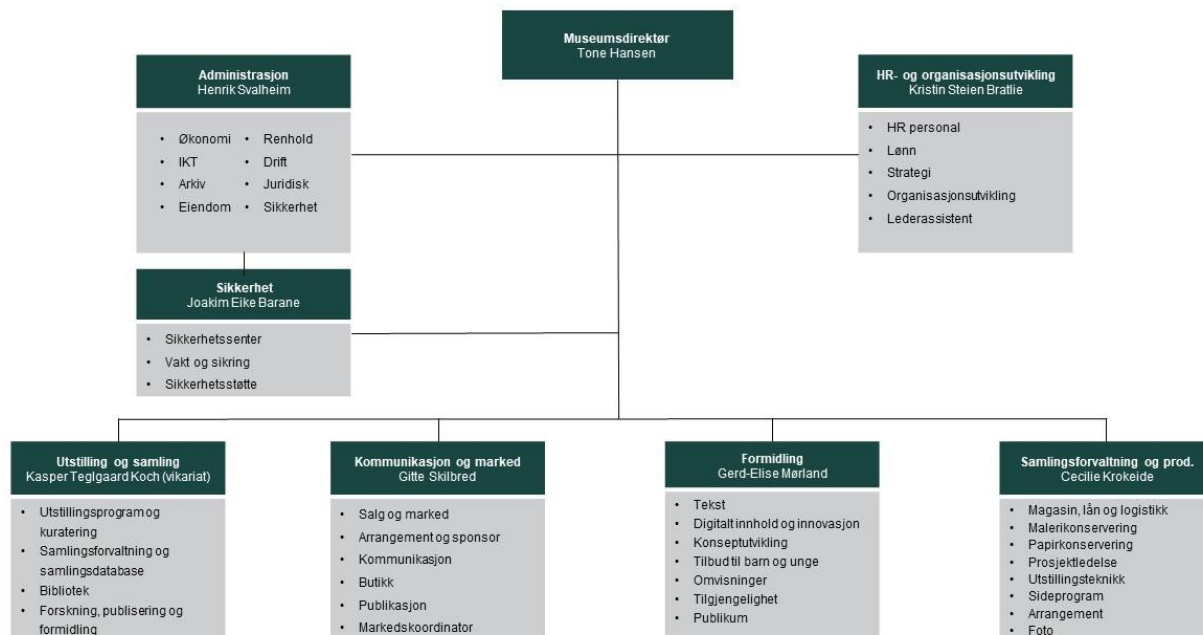
Munchmuseets løfte er det vi ønsker å bli forbundet med og som skal svare på publikums behov:

**Ingen går fra Munchmuseet uberørt**

Direktøren ved Munchmuseet er administrativ og faglig leder i samsvar med lover, forskrifter og kommunale rundskriv.

Munchmuseets virksomhet omfatter i 2022 følgende kapitler: 504 Munchmuseet.

Museet har ved utgangen av 2022 følgende organisering:



I løpet av året har vi fått 36 nye medarbeidere og 41 har sluttet. Av de som har sluttet var 24 ansatt på engasjement og to vikarer, to har gått av med pensjon.

	01.01.2022	01.01.2023	Endring
<b>Ansatte</b>	188	183	-5
<b>Årsverk</b>	155,3	152,2	-3,1

I 2022 har vi behandlet 1 987 søknader til 61 ansettelse. Vi har blant annet rekruttert 28 personer til butikk/vertskap.

Vaktjenesten ved Munchmuseet er konkurranseutsatt og blir levert av Avarn. Serveringsstedene i Bjørvika drives av MUMA. TOMA leverer innvendig renhold mens Oslobygg og deres leverandører står for mye av service og vedlikehold på bygningen.

Det er altså mange flere enn MUNCHs ansatte som har sitt faste arbeidssted på MUNCH.

## 2. MÅLOPPNÅELSE, RESULTATER OG RISIKOVURDERING

### 2.1. Situasjonsbeskrivelse

I det følgende resultatbeskrives mål, strategier og tiltak per aktivitetsområde.

#### I. Kunstprogram

Kunstprogrammet består av kunstprogram på MUNCH samt internasjonalt og nasjonalt utstillingssamarbeid.

#### Utstillinger i 2022

I 2022 åpnet museet 9 nye utstillinger:

- SOLO OSLO Sandra Mujinga. 22.01.2022 – 03.04.2022
- Hjernelabyrinten. 05.02.2022 – 18.04.2022 og 14.05.2022 – 18.09.2022
- I villskapens øye. 12.02.2022 – 08.05.2022
- Satyricon & Munch. 29.04.2022 – 28.08.2022
- Kan hende er det vakkert. - kunstsamleren Rolf Stenersen. 14.05.2022 – 14.08.2022
- Brikker. 25.06.2022 – 28.08.2022
- Camille Henrot – Munn til munn. 16.09.2022 – 19.02.2023
- MUNCH Triennale Maskinen er oss. 01.10.2022 – 11.12.2022
- SOLO OSLO Apichaya Wanthiang. 01.10.2022 – 31.12.2022

I tillegg til det skiftende utstillingsprogrammet har museet fire faste utstillinger som til sammen gir et mangesidig innblikk i museets samlinger. De inngår som en grunnstamme i museets utstillingsprogram og gjør det mulig å gi publikum et fast tilbud om å fordype seg i museets samlinger, ikke minst Edvard Munchs kunst og hans liv.

- Edvard Munch uendelig | Edvard Munch Infinite
- Edvard Munch monumental | Edvard Munch Monumental
- Edvard Munch skygger | Edvard Munch Shadows
- Inntil | Up Close



**SOLO OSLO Sandra Mujinga. 22.01.2022 – 03.04.2022**

I sin første soloutstilling på MUNCH, tok Sandra Mujinga (f. 1989) utgangspunkt i ny teknologi når hun undersøkte betydningen av skygger og vekslingen mellom synlighet og usynliggjøring. I et av museets mest spektakulære rom, med hele åtte meter under taket, projiserte en rekke monsterlignende skulpturer levende bilder av en avatarfigur på delvis gjennomsiktige glassvegger. Publikums skygger blandet seg med figurens, inspirert av tegneseriehelter, science fiction og det kunstneren selv kaller «spekulative



Foto: Munchmuseet / Ove Kvavik

dyphavsskapninger». Figuren kan beskrives som «post-human»; den er verken dyr eller menneske, ekte eller oppfunnet, men veksler mellom disse tilstandene. Hele utstillingen var badet i Mujingas karakteristiske grønne lys, som skaper en fremmedgjørende, nesten utenomjordisk stemning i utstillingssalene.

Formidler Zeenat Amiri (f. 1988) undersøkte spørsmål knyttet til tilhørighet og fremmedfølelse i arbeidet sitt. Til denne utstillingen laget hun et formidlingsprosjekt som løftet frem en alternativ måte å oppleve kunst på: her handlet det ikke om hva du kan, men om det du erfarer i rommet. Amiri har jobbet tett med Salam, organisasjonen for skeive muslimer i Norge, om betrakterrollen i museet. Gjennom samtaler og spørreundersøkelser har hun utforsket hva som skal til for at unge voksne med flerkulturell bakgrunn skal ha en god kunstopplevelse når de besøker en utstilling. Resultatet av dette kartleggingsarbeidet er et formidlingsprosjekt som handler om å ta plass og stole på sin egen stemme i møte med samtidskunsten.

Tominga O'Donnell var kurator, Tove Aadland Sørvåg konseptutvikler formidling, Hanna Stoltenberg tekstredaktør og Gisle Sandvand prosjektleder.

Dette var første utgave av *SOLO OSLO*, en serie soloutstillinger støttet av Talent Norge og Canica.

**Hjernelabyrinten. 05.02.2022 – 18.04.2022 og 14.05.2022 – 18.09.2022**

Inspirert av Munchs frie og utprøvende metoder, og hjernens kreative og logiske potensial, var *Hjernelabyrinten* et omsluttende utstillingsverksted som oppfordret til kreativ utfoldelse. I *Hjernelabyrinten*, en stor installasjon laget av papp og kraftpapir, ble publikum invitert inn til å skrive og tegne på vegger, tak og gulv i labyrinten. Det var også mulig å leke og å utforske rommet, eller å finne en hemmelig krok for å slappe litt av.

Som en del av prosjektet ble det også gjennomført et eget program, bestående av drop-in tegneverksteder og performancer:

- Tegneverksted: lite og stort. Kunstner Silje Hogstad (f.1977).
- Tegneverksted: tapetegninger. Kunstner Helene Duckert (f.1988).
- Tegneverksted: humor. Kunstner Amir Asgharnejad (f.1985).
- Deltakende danseperformance med *SuperNova*.
- DJ-set med DJ Ingebling.

Hjernelabyrinten ble produsert i to iterasjoner, i forskjellige utstillingssaler. Prosjektet har ført til økt besøk av barn og unge, både på fritiden og gjennom skole og barnehage, og publikumsinnsikt viser at prosjektet ble godt tatt imot, også av publikummere utenfor målgruppen.

Prosjektet er utviklet av kunstner Jennie Bringaker (f. 1978). Tove Aadland Sørvåg var konseptutvikler formidling, Charlotte Dølvik og Øystein Rafoss prosjektledere, Hanna Hille Stoltenberg tekst-redaktør og Enrique Eduardo Roura Perez ansvarlig for design arkitektur.

Dette var første utgave av *Kom tenk med oss!* som er en serie ambisiøse og omsluttende utstillingsverksteder, som viser hvordan vi tenker rundt kunnskapsformidling og opplevelser på MUNCH. Her inviterer vi besøkende til å skape romlige opplevelser sammen med kunstnere, og oppfordrer til fri og fantasifull utfoldelse. Prosjektene skal bestå av



Foto: Munchmuseet / Ole-Martin Sandnes

større installasjoner man kan tre inn i, som gir publikum anledning til å oppleve og utforske kunst på nye og overraskende måter. Tema for disse «gjør det selv»-rommene hentes fra Munchs produksjon og kunstnerskap, og knyttes til relevant samfunnstematikk. Serien er en del av museets arbeid med forskning på formidling. Målgrupper for *Kom Tenk Med Oss!* er barn i alderen 3-12 år samt voksne som besøker museet sammen med barn. Konseptutviklere for *Kom Tenk Med Oss!* er Tove Aadland Sørvåg og Christin Fonn Tømte.

### **I villskapens øye. 12.02.2022 – 08.05.2022**

I denne innholdsrike utstillingen presenterte museet to radikale kunstbevegelser, som begge utforsket psyken med mål om å etablere et nytt begrep om mennesket. Med kunstnere som Marcel Duchamp, Max Ernst, Paul Gauguin, Dora Maar, René Magritte, Lee Miller, Joan Miró, Odilon Redon og Auguste Rodin tok vi publikum med på en reise ned i det ubevisstes grenseløse verden.

Symbolismen oppsto i 1880-årene som en bevegelse innen litteratur og billedkunst. Preget av datidens interesse for åndelighet og psykologi, forkastet disse kunstnerne realistiske skildringer av omverdenen til fordel for utforskninger av sjelens indre liv. Noen tiår senere, i

1924, skrev den franske poeten André Breton *Det surrealistiske manifest*. Her tok han til orde for at kunsten skulle omskape samfunnet gjennom en forening av drøm og virkelighet. For å lykkes måtte kunstneren fri seg fra rasjonalitet og moral, og søke det ubevisstes grense-sprengende kraft.

Gjennom ulike tematiske perspektiver og en rekke medier, kastet denne sensasjonelle utstillingen nytt lys på surrealismens nære fortid. Med ideen om det ubevisste som omdreiningspunkt, sporer *I villskapens øye* surrealismens røtter i symbolismen og viser hvordan de to kunstbevegelsene både speiler og overlapper hverandre. Her møttes noen av den moderne kunstens viktigste kunstnere på menneskesinnets mørke dybder, der fornuft og moral må vike for drømmer, urovekkende drifter og uhemmet begjær.

Lars Toft-Eriksen var kurator, Nikita Mathias formidlingsansvarlig, Hanna Hille Stoltenberg tekstredaktør og Mathis Junker Gran prosjektleder.

### **Satyricon & Munch. 29.04.2022 – 28.08.2022**

Det norske bandet Satyricon ble dannet i 1991 og er i dag et av verdens mest kjente band i black metal-sjangeren. Gjennom karrieren har de jobbet på tvers av sjangre og samarbeidet med populære artister og ensembler som Anja Garbarek, Trondheimsolistene og Operakoret ved Den Norske Opera og Ballett. I en av MUNCHs mest spektakulære saler kunne bandet oppleves i møte med Norges mest kjente kunstner, Edvard Munch.

Et spesialkomponert musikkverk av Sigurd Wongraven ble koblet sammen med et utvalg malerier og grafiske arbeider av Munch. Resultatet var en monumental og samtidig intim opplevelse, som grep fatt i sansene i det øyeblikket man trådte inn i salen. Verksutvalget spilte på eksistensielle temaer, i tillegg til rytme og bølger, egenskaper som kjennes igjen fra musikkens verden. Møtet mellom Munchs ekspressive motiver og Satyricons basstunge musikk skapte et rom for ettertanke og refleksjon som hadde plass til flere enn black metal-entusiaster. I likhet med Munch har Satyricon en utforskende og åpen praksis i stadig utvikling. Musikken i utstillingen bar riktignok bandets umiskjennelige signatur, men formatet, lengden og uttrykket skilte seg fra alt de har skapt tidligere.

Utstillingskonseptet er utviklet i et samarbeid mellom MUNCH og Satyricon ved Sigurd Wongraven. Musikken var komponert av Sigurd Wongraven, Trine Otte Bak Nielsen var kurator, Christin Fonn Tømte konseptutvikler formidling, Hanna Stoltenberg tekstredaktør og Charlotte Bouchard-Lafond og Maria Fonnelop prosjektledere.

### **Kan hende er det vakkert - kunstsamleren Rolf Stenersen. 14.05.2022 – 14.08.2022**

I 1936 ga forretningsmannen Rolf Stenersen (1899-1978) bort sin første kunstsamling, som inneholdt bilder av Edvard Munch og yngre norske kunstnere, til Aker Kommune. Trettifem år senere, i 1971, donerte han sin nye samling, denne gangen med moderne europeisk kunst, til Bergen by. Nå, for aller første gang, stilles Stenersens to unike kunstsamlinger ut sammen.

Utstillingen, åpnet på MUNCH i mai og vil åpne på KODE i Bergen mars 2023. Utstillingens fokus er rettet mot Stenersen som kunstsamler, mesen, forfatter, kunstkribent, institusjonsbygger

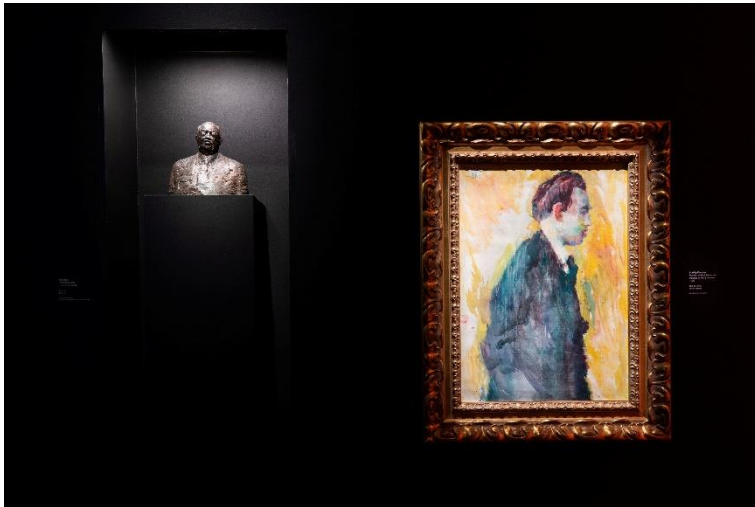


Foto: Munchmuseet / Ove Kvavik

og kulturpersonlighet. Hvem var han som menneske? Hva drev ham til å samle kunst og donere ikke bare én, men to samlinger til det offentlige, hver av dem bygget opp med usedvanlig teft, risikovilje og lidenskapelig engasjement? Utstillingen var inndelt i ulike temaer som plasserer Stenersens samlervirksomhet i en større kontekst, der litteratur, kunst, kapital og samfunnsforhold trekkes inn. Utstillingen kastet nytt lys over

Stenersens mangfoldige samlinger, hvorfor han ga dem til felleskapet og samlingenes enestående betydning for norsk og europeisk kunst og kunsthistorie.

Kari J. Brandtzæg var kurator fra MUNCH og Frode Sandvik var kurator fra KODE, Christin Fonn Tømte konseptutvikler formidling, Rob Young tekstredaktør og Mathis Junker Gran prosjektleder.

### **Brikker. 25.06.2022 – 28.08.2022**

Når kunsthistorien skrives, er det aldri et resultat av en forutbestemt kraft. Museer, kunstnere, forskere, samlere og politikere flytter brikker i det kunsthistoriske spillet. Utstillingen *Brikker* utforsker hvordan kunsthistorien er i evig endring, ved å se nærmere på kunstsamlingen til en av aktørene i det norske kunstfeltet: Sparebankstiftelsen DNB

Utstillingen viste kunstverk i verdensklasse og tok samtidig i bruk interaktivitet og digitale virkemidler for å skape nye kunstopplevelser. For aller første gang fikk publikum muligheten til å se kunstverkene i Sparebankstiftelsens mangfoldige samling, satt sammen i en helhetlig utstilling. Hvem samler, hvem bestemmer – og hvordan påvirker dette kunsthistorien og vår felles kulturarv?

Utstillingen på MUNCH var vidtfavnende og strekker seg fra den folkekjære Vestlandskunstneren Nikolai Astrup og popkunstneren Andy Warhol til avantgardisten Kurt Schwitters som bodde lange perioder i Norge. Utstillingen omfattet også tyske ekspresjonister, amerikansk fotokunst og kvinnelige pionere som Louise Bourgeois og Sonja Ferlov Mancoba.

Oda Wildhagen Gjessing var kurator, Nikita Mathias konseptutvikler formidling, Tora Sanden Døskeland tekstredaktør og Mathis Junker Gran prosjektleder.

**Camille Henrot – Munn til munn. 16.09.2022 – 19.02.2023**

Gjennom utstillingen utforsket den franske kunstneren Camille Henrot tilknytningsformer og intime relasjoner. De kraftfulle kunstverkene til Henrot er fylt med humor og treffende ordspill. Kunstneren tok i bruk referanser fra litteraturen, psykoanalysen, sosiale medier, sosialantropologi og selvhjelpsbøker. Utstillingen hos MUNCH bestod av akvareller, tegninger og malerier fra den omfattende serien *System of Attachment* (2018–2022), samt et utvalg nye arbeider fra *Dos and Don'ts* (2022) og to bestillingsverk i bronse: *Family of Men* og *Misfits*. Utstillingen var et resultat av at Henrot ble tildelt Edvard Munch Art Award i 2015.

Tominga O'Donnell var kurator, Nikita Mathias konseptutvikler formidling, Rob Young tekstredaktør og Ingeborg Husby Aarsand prosjektleder.

**MUNCH Triennale Maskinen er oss. 01.10.2022 – 11.12.2022**

<https://www.munchmuseet.no/utstillinger/arkiv/2022/maskinen-er-oss/>

I denne ambisiøse gruppeutstillingen for samtidskunst viste vi verk av 25 norgesbaserte og



internasjonale kunstnere som på ulikt vis reflekterte over hvordan ny teknologi påvirker oss, både som enkeltmennesker og fellesskap.

Et flertall av verkene var laget spesielt til utstillingen. Flere av dem tok utgangspunkt i det nye museet og omgivelsene rundt. Utenfor byggets inngang vokste det tulipaner i et helt unikt drivhus, varmet opp av data-maskiner. Inne i museet kunne

Foto: Munchmuseet / Ove Kvavik

man med VR-briller få oppleve Bjørvika slik det så ut før mennesker slo seg ned her, og bli kjent med Munchs verk i en ny virtuell kontekst, med en egen mobilapp.

De medvirkende kunstnere kom fra hele verden, men tilhørte den samme digitale virkeligheten. Med et kritisk og ofte humoristisk blikk, utforsket de et bredt spekter av problemstillinger, fra hvordan sosiale medier endrer mellommenneskelige relasjoner og opphøyelsen av kunstig intelligens, til effekten av automatisering på arbeidslivet og nedbrytningen av bilderettigheter. Publikum invitertes også til å forestille seg alternative, tidvis absurde fremtidsscenarioer, som inkluderte teleportering som migrasjonsmetode, hurtigmat til maskiner og parallelle verdener der dagens skjeve maktforhold er utvisket, naturen er uberørt og alle skapninger har evig liv.

Tominga O'Donnell var kurator og Stefano Collicelli Cagol ekstern kurator, Christin Fonn Tømte konseptutvikler formidling, Tora Sanden Døskeland og Rob Young tekstredaktører og Kine Lillestrøm prosjektleder.

### **SOLO OSLO Apichaya Wanthiang. 01.10.2022 – 31.12.2022**

«Dette er en fortelling om ulike kvinner ... det er både en hyllest, en meditasjon, og en form for eksorsisme» var åpningslinjene fra lydsporet til installasjonen *Some Body Else*, som Piya Wanthiang (f. 1987, Bangkok, Thailand) skapte til den andre utgaven av *SOLO OSLO*. Med skulpturer, lys og lyd henvendte verket seg til hele kroppen.

Lydene var en kombinasjon av abstrakte menneskelyder og lyder fra ulike reelle hendelse. Disse episodene bygget opp en erfaringsbank som kroppen husker, selv når det tilsynelatende er borte fra hukommelsen.

Wanthiang fokuserte på metoder kroppen har for å regulere følelser, og utforsket hvordan pusteøvelser og meditasjon kan frembringe traumatiske minner, på en måte som åpner opp for både eksorsisme og empati. Utstillingsrommet hadde to ulike atmosfærer, frembrakt av skulpturer kledd i farget agar – et stoff som fremstilles av alger som forekommer i Det indiske hav – og preprogrammerede lys, som fremprovoserte ulike nivåer av stress og ro hos publikum.

*SOLO OSLO* er en serie soloutstillinger presentert i samarbeid med Talent Norge og Canica. I det tilhørende formidlingsprosjektet jobbet Frida Rusnak med personer med synsnedsettelse. Her undersøkte hun hvordan kunst kan bli mer tilgjengelig for blinde og svaksynte. I samarbeid med Norges Blindforbunds Ungdom jobbet hun med å identifisere utfordringer og finne løsninger for å gjøre utstillingen mer tilgjengelig.

Tominga O'Donnell var kurator, Tove Aadland Sørvåg konseptutvikler formidling, Tora Sanden Døskeland tekstredaktør og Kine Lillestrøm prosjektleder.

### **Edvard Munch uendelig | Edvard Munch Infinite**

Dette er den største av samlingsutstillingene som vises over hele utstillingsetasjen i 4. etg. Den gir et helhetlig og representativt bilde av Edvard Munchs kunst og av museets samling av Munchs kunst. Den består av 76 malerier, 41 arbeider på papir i form av grafiske trykk, akvareller og tegninger, to bronseskulpturer, Munchs filmopptak, 2 tekster (Alfa og Omega på norsk og fransk) og 9 av Munchs fotografier.

Verkene er inndelt i følgende 12 temarom eller seksjoner titulert på følgende vis: Kjærlighet – Å dø – Kjønn – Skrik – Alene - Ute – De andre – Seg selv – Naken – Variasjoner – På overflaten – I bevegelse. Temaene fordeler seg på tre hovedgrupper: a) det eksistensielt betonte, b) det som gjelder Munchs bruk av etablerte motivsjangre som landskap, akt, portrett og selvportrett, og dernest c) det som gjelder hans kunstneriske eksperimentering med det formmessige og maleriske.

Utstillingsarkitekt manthey kula ved Beate Hølmekvold og Per Tamsen m.fl. har bygget utstillingen ved å plassere tre romkuber med åpning i hvert hjørne i de to salene. De er stilt på skrå, en i den mindre salen og to i den større salen. Utstillingsarkitekt med samarbeidende lysdesignere har også vært ledende mht. valg av veggfarger, gulvsperre, lyssetting og i utviklingen av «kikkhullene» beregnet på barn og plassert lavt på enkelte av endeveggene i

romkubene. De har også vært viktige i utviklingen av visningen av *Skrik*, sammen med hele prosjektteamet.

I «Skrik-rommet» vises tre forskjellige versjoner av motivet *Skrik*, en versjon tegnet med tegnestift, en versjon malt med tempera og olje, og en litografisk versjon, alle på papir/papp. Pga. de sterke begrensningene på hvor mye verkene kan vises, er kun ett av verkene tilgjengelig om gangen, basert på hvor mye lyseksponering de tåler. Hvert verk er plassert i et skap bygget inn i veggene med dører som åpner og lukker seg lydløst etter et forhåndsdefinert og tidsinnstilt program. Publikum kan dermed også oppleve hvordan et verk fades ut med dører som lukker seg og hvordan et neste verk så kommer tilsyne. Et viktig formidlingspoeng i denne presentasjonen er å fortelle publikum at det finnes flere versjoner av *Skrik*, at Munch arbeidet med motivet i flere omganger og at Munchmuseet sitter på en rekke av dem. Dernest ønsker vi å fortelle at dette er svært sårbare verk, som kun tåler en begrenset eksponering hvis de også skal finnes for senere generasjoner. Trine Otte Bak Nielsen var kurator, med Ute Kuhlemann Falck og Jon-Ove Steihaug som medkuratorer. Tove Aadland Sørvåg var konseptutvikler formidling, Kristin Valla tekstredaktør og Mathis Junker Gran prosjektleder.

### **Edvard Munch monumental | **Edvard Munch Monumental****

Den monumentale salen med dobbel høyde i 6. etg. er viet verk fra samlingen som Munch utviklet til Universitetets Aula. Maleriene *Forskerne*, *Solen* (med to «sidefelt»-malerier) og *Menneskeberget* (flankert av de mindre maleriene *Krigen* og *Freden og regnbuen*) dekker tre av utstillingens vegger. På den fjerde vegg er 11 malerier montert tett i tett i både høyde og bredde, der alle motivene er knyttet til Munchs arbeid med *Solen* som motiv. Det er et kuratorisk grep for å løfte frem *Solen* som et absolutt hovedverk, i tillegg til at det er det første verket man ser når man kommer inn i utstillingssalen. Ved å vise hvordan Munch arbeidet med flere utgaver av samme motiv, får vi også vist en helt sentral del av hans kunstneriske praksis. Slik vi også viser et av de tidligste utkastene av motivet *Menneskeberget* fra 1909-10, i tillegg til den monumentale malte versjonen fra 1927-29 og skulpturen *Menneskeberget* fra 1925-29. Maleriene som er montert på hver sin side av *Solen*, *Kvinner vendt mot solen* og *Menn vendt mot solen*, tilhører begge den mindre versjonen Munch malte av de 11 aulamotivene i omtrent halv størrelse, som gjorde det mulig for ham å stille ut serien som en del av et strategisk arbeid for å få prosjektet innvilget. Et viktig formidlingsgrep i utstillingen er et eget bord hvor det er samlet objekter fra naturen man kan studere, i tråd med tema i det største maleriet i rommet, *Forskerne*. Utstillingsarkitekt manthey kula ved Beate Hølmekjær og Per Tamsen m.fl. har bygget utstillingen, valgt veggfarger og bidratt med lysdesign. Trine Otte Bak Nielsen var kurator, Tove Aadland Sørvåg konseptutvikler formidling, Hanna Stoltenberg tekstredaktør og Mathis Junker Gran prosjektleder.

### **Edvard Munch skygger | **Edvard Munch Shadows****

Blant samlingsutstillingene er en av dem satt av til å ta for seg Munchs biografi på en ny, banebrytende måte, og som også er egnet for hele familien. Edvard Munch tilbrakte de siste 30

årene av livet sitt på eiendommen Ekely utenfor Oslo. Selve huset ble revet i 1960, men i denne utstillingen gjenreiser vi første etasjen av kunstnerhjemmet 1:1 i en multimedial installasjon hvor



Foto: Munchmuseet / Ove Kvavik

lys, lyd og levende bilder forteller historier fra Munchs liv og tid. Hensikten er at hver og en som besøker utstillingen skal få et innblikk i Munchs personlighet, og kommer nærmere til Munch. I tillegg til abstrakte rekonstruksjoner av møbler og arkitektur – til dels ved hjelp av projeksjoner – møter man interaktive hverdagsobjekter (radio, portrett staffeli, telefon, gramfon, stol mellom klokken og sengen, fotografiapparat,

badekar og koffert). Disse kan utforskes enkelt og intuitivt, og dermed formidle fakta på en lekende måte. I Ekely-delen av utstillingen er det også integrert et barneløp, bestående av fem kikkhull med tablåer som viser en mus – Herr Storm – som modellerer livet sitt etter Munch. Kikkhullene (laget av Norwegian Toolbox) er gjemt i kjøkkenskap, piano, klokke, transportkasser og trappen. På sørsiden av utstillingen er det en spesialbygget utstillingsvegg (ca. 13 meter lang), som gjenspeiler oppbevaring av gjenstander i museets magasiner og arkiver. Her kan publikum komme tett på mer enn 150 objekter som Munch eide og brukte i hverdagen. Objektene og historier kan utforskes ved fem skuffer med tekst og bilder, og fire interaktive elementer. Den fjerde komponenten i utstillingen danner en ca. 15 meter lang kronologi (til dels interaktiv), som er installert langs nordveggen. Kuratorer var Ute Kuhlemann Falck og Nikita Mathis, og prosjektleder Elise Kaspartu. Utstillingsarkitekter er Yoke (Danmark) og Expology (Norge/Sverige). Utstilling fikk betydelig støtte fra Sparebankstiftelsen.

### [Inntil](#) | **Up Close**

Som et tilskudd til samlingsutstillingene er den minste utstillingssalen (7. etasje med vindu inn til Monumentalsalen) viet Edvard Munchs tresnitt-produksjon. Munch eksperimenterte med ulike kunstneriske metoder hele livet, og oppdaget grafikken som 30-åring. Tresnitt var den siste grafiske teknikken Munch tok i bruk, og kanskje var det den som tillot ham å utforske med størst frihet. Utstillingen tar utgangspunkt i en kuriositet i museets samling, den ikke ferdigstilte trykkplaten *Møte i verdensrommet* (ca. 1899), som er til dels skåret ut og satt inn med svart trykksverte. Antagelig blir prosjektet forkastet, i hvert fall finnes det ikke noe avtrykk av platen. Utstillingen forsøker å demonstrere det kunstneriske potensialet av denne platen ved å presentere et variert utvalg av 22 tresnitt og tilhørende trykkplater, fra enkle motiver til intrikate fargekombinasjoner, fra puslespill-teknikken til kombinasjonstrykk, fra de tidligste motiver (1896) til det siste tresnittet (1943). I tillegg vises Munchs første trykkpresse, også



brukt for tresnitt, og et utvalg av verktøy. I et åpent verksted, et frottasje-bord med diverse laser-skårete motiver basert på de utstilte trykkplatene, får publikum mulighet til å lage sine egne bilder. Kurator var Ute Kuhlemann Falck, konseptutvikler formidling Tove Aadland Sørvåg og prosjektleder Mathis J. Gran.

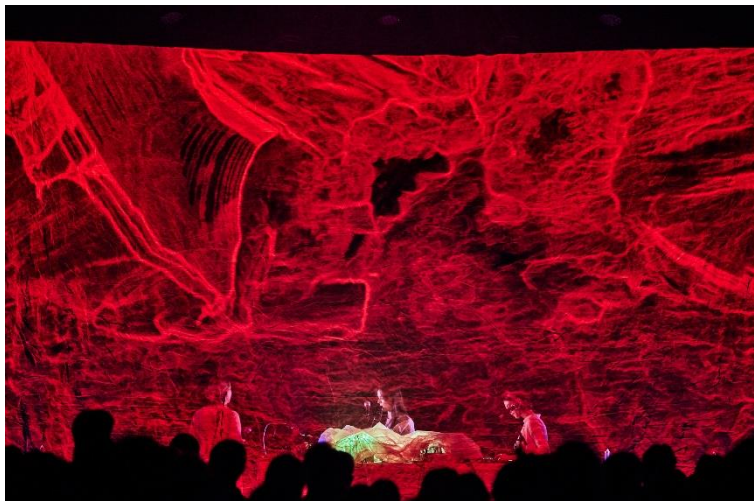
## **MUNCH live**

*MUNCH live* er museets satsning på kunstnerisk live-programmering. Satsningen har som formål å forsterke og bygge museets samtidskunstprofil. Å vise frem samtidskunst handler også om å gi plass til kunstverkene som ikke kan stilles ut, eller henges opp. Dette gjør MUNCH med et program fylt av musikk, performance, film og samtaler. Ved å jobbe mot andre kunstfelt bidrar programmet også til at museet når et bredere kulturinteressert publikum.

I 2022 gjennomførte museet over 100 *MUNCH live*-arrangement. Dette inkluderte 3 store bestillingsverk. Vi samarbeidet med 15 programpartnere og over fikk besøk av over 10 000 publikummere. Programmet består av samarbeidsprosjekter med aktører fra både det institusjonelle og frie feltet, i tillegg til egne produksjoner.

## **Musikk**

Museets egen konsertserie *MUNCH presenterer*, programmerte tidsaktuelle artister som opererer i de mest interessante randsonene av populærmusikken: fra innovativ pop til



*Nothing Personal*, foto: Munchmuseet / Helge Brekke

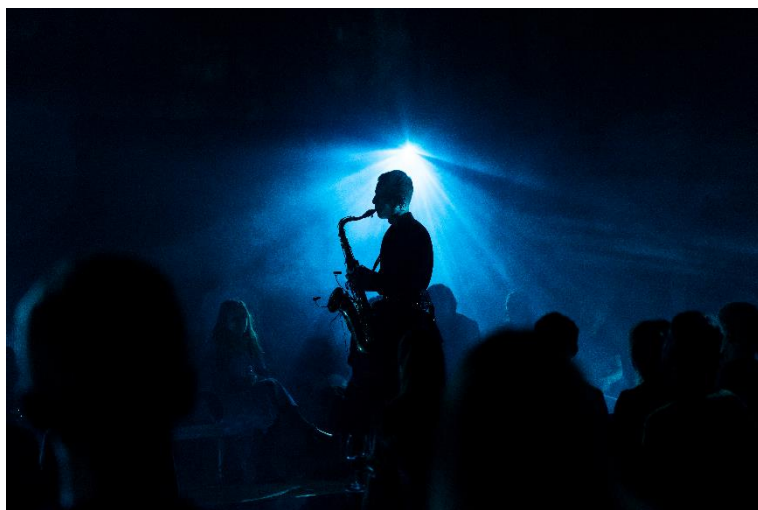
eventyrlysten elektronika. MUNCH lanserte et nytt konsertsamarbeid med Øya-festivalen som forsterker denne satsingen. Konsertserien *Jazz på MUNCHs* historie strekker seg tilbake til 60-tallet, da Karin Krog og Johs Berg inviterte artister som Jan Garbarek, Svein Finnerud, Bill Evans og Egil Kapstad til legendariske konserter i Festsalen på Tøyen. Denne stolte tradisjonen er videreført i det nye museet i

Bjørvika, med en konsertserie programmert i samarbeid med Oslo Jazzfestival. Serien *PÅ!* løftet frem samtidskomponister i samarbeid med ledende musikere og ensembler, og var organisert med Therese Birkelund Ulvo og UR-produksjoner. *Klassisk søndag* er en serie hvor musikere fra Oslo Filharmonien og Den Norske Opera & Ballett presenterte kammermusikk i ulike format, fra det klassiske til det eksperimentelle. Museet har også samarbeidet med andre anerkjente festivaler som Ultima, Oslo World, Oslo Jazzfestival, Borealis, All Ears og Only Connect som la deler eller hele sitt program til MUNCH. Museet har også samarbeidet med Blank Forms, en New

York-baserte plattform for eksperimentell musikk, med et to-dagers program som feiret livet og kunsten til fri-jazz legenden Don Cherry og den visuelle kunstneren Moki Cherry.

## Performanceprogram

MUNCH satser på performance med bestillingsverk av kunstnere som jobber i skjæringsfeltet mellom samtidskunst, dans og musikk. I Norgespremieren *Echoic Choir* av Stine Janvin og Ula Sickle, dekonstruerte kunstneren klubben og dansegulvet i lys av de nye begrensningene satt av koronapandemien. Performansen var en internasjonal co-produksjon gjort i samarbeid med Wiener Festwochen, STUK House for Dance, Image and Sound og Dampfzentrale Bern. I 2022



Bendik Giske, foto: Munchmuseet / Julie Hrnčířová

satte museet opp flere verk som kan ses i relasjon til Skeivt Kulturår, blant annet Bendik Giskes *Not Yet*. Med Giskes karakteristiske tenorsaksofon ble dette en kroppslig, romlig og lydmessig opplevelse, som hentet tittelen fra José Esteban Muñozs bok *Cruising Utopia*. I denne sentrale teksten av den nå avdøde teoretikeren beskrives skeivhet som noe som tilhører fremtiden, og som vi kan skimte horisonten av her og nå. *Festivity Amour* var

en todagers queer-festival, og markerte den offisielle åpningen av Oslo Pride 2022. Samtaler, performance, kunst, drag-show, voguing og DJ-sett sto på programmet, organisert i samarbeid med det skeive klubbkonseptet *Karmaklubb\** og *Skeiv Verden*. Brendan Fernandes undersøkte forholdet mellom hypersynlighet og usynliggjøring – som en felles erfaring for marginaliserte grupper – i sin performance *u/synlig*. Fernandes bruker dans som et sosiopolitisk verktøy, og en form for protest. Bestillingsverket handlet om behovet for å bygge felleskap og trygghet for skeive og andre minoriteter, og feiret klubbkultur i kjølvannet av masseskytingen ved London Pub under Oslo Pride i sommer.

## Samtaler & film

Museet har videreført samarbeidet med Deloitte med *STEMMER*, en samtalerie som skal løfte mangfoldet av nye meningsbærere og peke på de mest interessante ideene. Første arrangement hadde tema; Hva er de største kulturpolitiske utfordringene vi står ovenfor i Norge i dag? hvor Camara Lundestad Joof ledet en samtale med kultur- og likestillingsminister Anette Trettebergstuen og tidligere MUNCH direktør Stein Olav Henrichsen.

Kunstner- og kuratorsamtaler med blant annet Sandra Mujinga, Camille Henrot, Apichaya Wanthiang, Victoria Durnak og Sigurd Wongraven ble arrangert. Som en del av MUNCHs første

triennale for samtidskunst *Maskinen er oss* holdtes et seminar med performance, kunstnerpresentasjoner og panelsamtaler. Tema var skeiv teknologi og kunstig kunst. I tilknytning til utstillingen *I villskapens øye* stod filmprogram samt flere samtaler i samarbeid med Norsk Psykoanalytisk Forening, på programmet.

### **Internasjonalt og nasjonalt utstillingssamarbeid og utlån**

- Telemark kunstmuseum. Marianne Bratteli *Hjertebank*, 7.mai – 10.september, 2022. Kurator Kari Brandtzæg (MUNCH), medkurator Susanne Grinda Lange. Marianne Bratteli (f. 1951) regnes som én av sin generasjons viktigste kunstnere. *Hjertebank* tar for seg de store linjene i kunstnerskapet fra 1980-tallet og frem til i dag. Utstillingen favner maleri, tresnitt, materialbilder og videofilmer. Utstillingens seksjoner fokuserer kvinneproblematikk, barns sårbarhet, sykdomserfaringer, etterkrigstid, samt hennes eksperimentelle bruk av tresnitt og videofilm. Motivene henter Bratteli fra det helt nære og hverdagslige, med et skarpt blikk for det mystiske og eksistensielle, det vakre og det vonde. Marianne er et etterkrigsbarn og krigens traumer har påvirket kunsten hennes. I bildene anes ofte inntrykk og opplevelser fra oppveksten i Oslo på 1950-tallet som datter av motstandsmannen, krigsfangen og siden Norges statsminister Trygve Bratteli.
- Sandra Mujingas installasjon *Closed Space, Open World* laget til første utgave av SOLO OSLO ble satt opp på Malmö Konsthall 11.6 – 4.9.2022.
- Galleri F15, *Munchs mesener og samlere, venner og hjelpere 1900-1916*, 12.02. – 04.05.2022. Utlån av 2 malerier, 1 grafisk verk og 1 fotografi.
- Albertina, Wien, *Munch and Beyond*, 17.02 – 19.06.2022. Utlån av 22 malerier.
- Musée Marmottan Monet, Paris, *Face au soleil : un astre dans les art*, 14.09.22 – 29.01.2023. Utlån av 1 maleri.
- Národní galerie, Praha (Nasjonalgalleriet), *Amidst Smoke Rings: Portrait of an Artist as a Smoker in Czech Modern Art*, 23.09.2022 – 08.01.2023. Utlån av 2 grafiske verk, 1 maleri.
- Musée d'Orsay, Paris, *The Frieze of Life*, 20.09. 2022 – 22.01. 2023. Utlån av 30 grafiske verk, 28 malerier, 1 trykkplate, 8 tegninger.
- National Museum Warsaw, *Solstice*, 1.11.2022 – 31.03.2023. Utlån av 1 maleri.
- Hamburger Kunsthalle, Hamburg, *Femme Fatale – Blick - Macht - Gender*, 09.12.2022 – 10.04.2023. Utlån av 2 grafiske verk, 1 maleri.
- Oslo lufthavn - Avinor. Museet fortsatte sin visning av enkeltverk av Edvard Munch i et spesialbygget monter på Oslo lufthavn, i samarbeid med Avinor. Visningen ble skiftet i løpet av året til maleriet *Solbadere* (1915) og en litografisk stein med motivet *Stoffveksling* (1916)

- Museet har pågående avtale om langtidsdeponi med Rådhuset, Oslo kommune. 3 litografier og 11 malerier av Edvard Munch.

## Samlingsutvikling

Munchmuseet har tidligere inngått et langsiktig samarbeid med Sparebankstiftelsen om kjøp og deponering i museet av utvalgte verk fra europeisk modernisme. Ambisjonen er å etablere en mindre samling av markante verk som relaterer til Munchs kunst, så langt særlig med vekt på fransk og tysk kunst på Munchs tid.

I 2022 ble følgende verk ervervet:

- Oskar Kokoschka: *Portrett av Arnold Schönberg* (1924)

Til nå har det blitt ervervet 6 malerier i samarbeid med Sparebankstiftelsen.



Oskar Kokoschka: *Arnold Schönberg*, Foto: Munchmuseet / Ove Kvavik

## II. Formidling

### 1. Formidling til en bredde av målgrupper, nasjonalt og internasjonalt

#### Samfunnsutfordringen – hvem bruker museene?

Ifølge Kulturbarometeret til SBB svarte 64 % av nordmenn i 2016 at de ikke hadde vært på kunstutstilling de siste 12 månedene. I 2021 hadde tallet steget til hele 82 %. I en undersøkelse mot ikke-brukere gjennomført av Norstat desember 2021 på vegne av MUNCH svarer halvparten av ikke-brukerne at det som er på kunstmuseer er uforståelig. To av tre svarer at de ikke blir så beveget eller grepet av kunst. Mer enn tre av fem sier at kunstmuseer ikke er relevante for dem. Nesten seks av ti sier at kunstmuseer generelt er kjedelig. Vi vet derfor at vår sektor ikke lykkes med å nå ut til alle deler av befolkningen, og aller minst de yngre. Den typiske billettgjøperen på et norsk kunstmuseum er en høyt utdannet kvinne på over 60 år, med god inntekt som bor i Oslo eller på Vestlandet og som helst stemmer på et parti til venstre politisk.

For Munchmuseet er det viktig å senke terskelen for museumsbesøk. Et offentlig museum skal være relevant og tilgjengelig for et bredt publikum. Det er få museer som har lykkes med det yngre publikummet. ¼ av våre besøkende var under 25 år i åpningsåret. Og vi har flere unge voksne på besøk på MUNCH i Bjørvika enn på Tøyen.

Utvalgte tiltak som gjøres er:

## Mangfoldsrådet

Mangfoldsrådet består av både interne og eksterne medlemmer. Eksterne medlemmer i 2022 har vært er Mohamed Abdi og Ihra Lill Scharning, interne Tove Sørvåg (prosjektleder), Ingrid Moe og Tominga O'Donnell.

Mangfoldsrådets mandat er å bidra til at MUNCH når sine mål og ambisjoner om å være aktuell, mangfoldig, inkluderende og samfunnsrelevant. Mangfold på MUNCH defineres som:

*Inkludering, likestilling og ikke-diskriminering uavhengig av alder, kjønn, kjønnsidentitet, kjønnsuttrykk, etnisitet, religion, mening og livssyn, funksjonsvariasjon, seksuell orientering eller sosioøkonomisk bakgrunn.*

Mangfoldsrådet har holdt en rekke møter med interne medlemmer, og tre møter med eksterne. Rådets arbeid har konsentrert seg om «de tre P'ene» - **publikum, program og personale**. Fokuset på mangfold har fått en sentral plass i strategiarbeidet på MUNCH, blant annet med fokusområdet Mangfold og Internasjonalisering der det står at vi skal «fremme mangfold i alt vi gjør og er»:

*Med bred representasjon i både våre leveranser ut i samfunnet og interne prosesser ønsker MUNCH å bidra til et mer inkluderende og engasjerende samfunn. Styrke mangfold i form av representasjon, perspektiver og med hensyn til reell definisjonsmakt i museets programmering. Styrke mangfoldet i vår organisasjon og MUNCHs mangfoldskompetanse i våre interne prosesser (s. 21, Strategidokument 2021 – 2025)*

Når det gjelder programmering er det et strategisk mål å «skape utstillinger som senker terskelen inn på MUNCH gjennom å henvende seg til og representere mangfoldet i befolkningen.» Strategiske tiltak inkluderer å etablere samarbeid med eksterne ressursgrupper som styrker vårt arbeid med mangfold; systematisk bruke resultater fra innsiktsarbeid rundt hvordan MUNCH kan nå et større og mer mangfoldig publikum; sikre tilpasset kommunikasjon og formidling mot ulike publikumsgrupper for å senke terskelen for besøk; og etablere og implementere en metode for å forvalte tverrfaglige perspektiver og lage helhetlige publikumsopplevelser (ss 40–41, Strategidokument 2021 – 2025).

I samtidsprogrammet vårt, som omfatter utstillinger, liveprogram og opplevelser i Bjørvika så vel som på digitale plattformer, har vi et strategisk mål om å speile et mangfold av stemmer i samfunnet og senke terskelen inn på MUNCH. Tiltak inkluderer å etablere eksplisitte krav til mangfold for samtidsprogrammet som legges til grunn for vårt arbeid; sikre at mangfoldskompetanse og -kriterier vektlegges i ansettelsesprosesser og hvordan vi setter sammen våre team; at vi tilbyr et differensiert samtidsprogram som bidrar til å løfte mangfoldsdiskusjonen og gir synlighet til ulike stemmer; og at vi inngår samarbeid som underbygger vårt mangfoldsperspektiv og som utfordrer oss til å hele tiden lære og utvikle oss basert på deres perspektiver (ss. 48–51, Strategidokument 2021 – 2025).

Arbeidet er langsiktig og fortsetter i 2023.

## Rekruttering

En viktig del av vårt mangfoldsarbeid og arbeid mot ikke-brukere er at vi sikrer fremtidige ansatte med ulik kompetanse og bakgrunn. I 2022 fortsatte vi derfor vårt arbeid med å kontraktere en rekke ungdommer og unge voksne i ulike stillinger. I samarbeid med Bydel

Stovner hadde vi 2 ungdommer ansatt i 3 uker på sommerskolen. Vi hadde 17 ungdommer med på *MUNCH UNG Samskaping*, der vi ansetter unge mellom 15 og 18 år til å programmere et event på museet for andre ungdommer. Vi ansatte 5 unge fra Bydel Stovner og Holmlia, og inngikk så et samarbeid med *UngJobb Bydel Gamle Oslo* der vi gjennom dette partnerskapet ansatte 3 unge fra forskjellige bydeler i Oslo og 9 fra Bydel Gamle Oslo. Dette samarbeidet ble senere i året utvidet, sammen med Bjørvikaforeningen, Operaen og Deichman, gjennom *UngJobb CREW*. *UngJobb CREW* gir unge mellom 16 og 23 bosatt i Bydel Gamle Oslo sjansen til å jobbe på ulike arrangementer innen kultur og annet. Vi har hatt 8 unge fra *UngJobb CREW* jobbe på museet, der 5 bistod under musikkarrangementet *MUNCH UNG Scene* og 3 på juleverksted under Juleåpning i Bjørvika. Museet engasjerte totalt 27 unge mellom 15 og 23 år som arbeidet på MUNCH i 2022. I tillegg hadde vi en rekke studenter fra ulike fagretninger innom på praksis.

### Publikumsinnsikt

Publikumsinnsikt er et viktig verktøy i arbeidet med å gjøre MUNCH mer relevant og engasjerende for flere publikummere. Museet har forskjellige inngangsporter og metodikker, som blant annet spenner fra publikumsundersøkelser via dybdeintervjuer til workshops. I 2022 ble arbeidet med å utvikle et standardisert spørsmålsbatteri for publikumsinnsikt startet opp, der målet er å over tid kunne følge utviklingen og sammenligne resultatene fra ulike prosjekter. Undersøkelsen innhenter demografi, interesse for kunst og kultur, forhold til museet og om de har hatt en god opplevelse og måler tilfredshet. Det ble gjennomført publikumsundersøkelser i alle nye utstillinger i 2022.

MUNCH gjennomførte en omfattende evaluering av brukeropplevelsen av utstillingen *Brikker*, som ga svært positive resultater. Det ble gjennomført 18 dybdeintervjuer, en online spørreundersøkelse med 220 svar samt 5 timer med observasjon i utstillingssalen. Blant evalueringens hovedfunn kan det nevnes et par eksempler:

- De aller fleste besøkende har en positiv til svært positiv utstillingsopplevelse
- Publikummet, særlig yngre grupper, setter veldig pris på de interaktive, immersive og multimedia elementene i utstillingen. De gir en bedre totalopplevelse av utstillingen og museet
- Utstillingens fargerikdom og kunstnerisk mangfold oppleves som svært positiv
- Veggtekstene opplevdes som lett å forstå og engasjerende, men ikke alle har behov for å lese (mye)

Det ble påbegynt et innsiktsløp på utstillingsprosjektet *Munch og medisin* (arbeidstittel). Utstillingens hovedmålgruppe er helsearbeidere fra Oslo og deres familier, og i samarbeid med museets innovasjonsteam skal det gjennomføres et omfattende innsiktsarbeid for å kunne lage en utstilling som av denne gruppen oppleves som relevant og engasjerende. Foreløpig jobber vi med desktop research og med en spørsmålskatalog i forberedelse av dybdeintervjuer som skal gjennomføres med representanter fra målgruppen i 2023 (før designprosessen av utstillingen settes i gang).

Som en del av et doktorgradsprosjekt i samarbeid med MUNCH har interaksjonsdesigner Christian Sivertsen (fra IT Universitetet i København) gjennomført en serie dybdeintervjuer med brukere av utstillingen *Edvard Munch Skygger* og den immersive-digitale on-site opplevelsen *Giftig*. Denne undersøkelsen ledet til et omfangsrikt datagrunnlag som Sivertsen fortløpende jobber med å analysere. Et omfattende resultatbilde kan forventes i første kvartal 2023.

## 2. Film- og videoproduksjoner til nasjonale og internasjonale målgrupper

Det siste året har vi jobbet tett på tvers av avdelinger for å lage narrativt engasjerende innhold som formidler Edvard Munch, museet og utstillings- og liveprogrammet vårt. Innholdet oppsøker publikum i hverdagen, i deres digitale feed. Vi har primært produsert filmserier med lang levetid selv om enkelte filmer også har vært knyttet til spesifikke hendelser. I 2022 produserte vi 23 høyproduksjonsfilmer med hjelp av våre eksterne leverandører. Filmene tas ut i ulike versjoner/formater for å tilpasses de ulike kanalene og filmenes formål. I tillegg har teamet produsert stills produksjoner med ulike formål og fulgt opp eksterne filmproduksjoner som har ønsket å produsere film på MUNCH. Teamet har også behandlet alle eksterne etterspørsler på bruk av arkivmateriale ifra våre eksisterende filmer.

### Skiftende utstillinger og program:

- **Brikker:** Filmens formål var å trekke publikum til museet og vise at dette var en utstilling for hele familien. Her ble det produsert 2 teaserfilmer + stills fra utstilling med publikum.
- **Satyricon & Munch:** Hva skjer når Black Metal-musikk og Edvard Munchs kunst møtes? Satyricons Sigurd Wongraven og kurator Trine Otte Bak Nielsen forteller om arbeidet med utstillingen. En stor produksjon med 32 ulike uttak og formater.
- **Satyricon & Munch: Preparing Vampire:** En behind-the-scenes film av konservator Mie Mustad som forbereder *Vampyr* til utstillingen *Satyricon & Munch*.
- **#MittRom:** 4x filmer utarbeidet som en del av formidlingstilbudet #MittRom, hvor ungdomsskoleelever selv får velge mellom tre kunstneriske uttrykksformer for å løse en oppgave. Kunstnerportretter ble gjort med Hanna Aefaw, Duy Nguyen og Morten Jensen Vågen i både 2021 og 2022.
- **Stimulab:** Filmprosjekt som dokumenterer *Stimulabs* arbeid med å nå ikke-brukere, og samskappingsprosjekter med barn og unge.
- **SOLO OSLO Sandra Mujinga:** 2 poetiske videomanifest, med kunstner Sandra Mujinga og formidler Zeenat Amiri. Om arbeidet med utstillingen, kunsten å formidle og å stole på sin egen stemme i møte med kunst. 2 filmer med 10 ulike formater og uttak, samt stills tatt av publikummere i utstillingsrommet.
- **Hjernelabyrinten:** Film av *Hjernelabyrinten*, en stor labyrint i brunt, krøllet papp hvor barn leker, utforsker, spiller spill og kan tegne på veggene. Kort film som gir en smakebit på opplevelsen, og forteller om hvordan kunstner Jennie Bringaker har arbeidet med



Foto: Munchmuseet / Anders Martin Helle

utstillingen. En full film, med kortere uttak til bruk i SoMe. Materiale er senere blitt gjenbrukt ved flere anledninger, som til fysisk skjerm i museumslobbyen.

- **Villskapens Øye:** En annerledes introduksjon til utstillingen *I Villskapens Øye*, som introduserer surrealismen gjennom kunstnere som Max Ernst, Paul Gauguin, Lee Miller og Auguste Rodin. En kombinasjon av film, animasjon og visuelle effekter. Full film i 6 ulike formater, med 4 tilhørende teasere. Totalt 22 ulike versjoner og formater.
- **The Doll:** En kort teaser av skulpturen *The Doll*, utarbeidet for å promotere utstillingen *I Villskapens Øye*.
- **Intervjuer med Lars Toft-Eriksen:** 2x korte intervjuer med Lars Toft-Eriksen for å promotere utstillingen *I villskapens øye*.

#### MUNCH INTERVIEW:

- **Bendik Giske:** Et annerledes og engasjerende videoportrett av musiker Bendik Giske og hans forhold til Edvard Munch, gjort i forbindelse med bestillingsverket *Not Yet*. Med voiceover av Lyra Pramuk. Full film i 4 ulike formater, levert med 2 tilhørende teasere.
- **Bendik Giske live teaser:** En kort teaser av Bendik Giskes opptreden av bestillingsverket *Not Yet*, gjort i anledning premieren av verket i mars.
- **SOLO OSLO Apichaya Wanthiang:** Samtidskunst med unge talenter. Det ble lagd to filmer som omhandlet kunstneren Apichaya (Piya) Wanthiang og hennes arbeid med utstillingen i et kunstnerisk og tett portrett og 1 film om formidlingsprosjektet til Frida Rusnak der formålet var å gjøre kunstopplevelsen mer tilgjengelig for svaksynte. Det ble også produsert SoMe uttak fra kunstnerportrettet og formidlingsprosjektet.
- **Kan hende er det vakkert:** En leken film om Rolf Stenersens liv og hans kunstsamling som han så generøst testamentert til Oslo og Bergen kommune. Et samarbeid med KODE Bergen. 1 langlivd film pluss SoMe uttak.
- **Stills KTMO 2:** Test av utstillingen *Kom Tenk Med Oss 2 / Kaoskammeret*, med barn til stede.

#### Edvard Munch Samlingen:

- **Who Was Edvard Munch?:** En langlivd serie om Edvard Munch og hans liv og virke. I den første utgaven ble det produsert 3 korte episoder som tar seg av selvportrettene til kunstneren. Vi rekonstruerer verkene på en nytenkende måte, vi viser frem museet og har som formål å bli bedre kjent og finne ut av hvem Edvard Munch var, hva han tenkte og hvorfor han gjorde som han gjorde. Lærerike og langlivde temabaserte kortfilmer pluss SoMe uttak.
- **Munch Storys:** En temabasert og lærerik lavproduksjon SoMe-serie primært, Instagram og TikTok om Edvard Munch og hans liv. Vi bruker kun verksbilder fra arkivet og opptak med mobil.
- **The Mother:** En film om historien bak den 9 meter høye bronseskulpturen av Tracey Emin som er plassert på museumsutstikkeren i Bjørvika.
- **The Mother Timelapse:** Timelapse som viser monteringen av *The Mother* på museumsutstikkeren i Bjørvika. Filmet mellom februar og juni 2022.



- **MUNCH INSPIRED: Delara:** Artisten Delara besøker MUNCH og lar seg inspirere av verket *Melankoli* av Edvard Munch til å skrive en ny låt. Et videoportrett som gir et innblikk i Delaras kreative prosesser, låtskriving og forhold til Edvard Munch.

### Merkevaren MUNCH:

- **Reels til skjermer:** Gjennom året er det løpende produsert nytt og engasjerende videoinnhold til de fysiske skjermene i og utenfor museet, særlig lobbyskjermen. Her er det gjenbrukt eksisterende materiale, og tidvis supplert med nytt, for å hele tiden sikre aktuelt innhold på skjermer både ute og inne. To lengre reels er produsert i 2022, i seks ulike formater. I tillegg er det gjort flere uttak og versjoner av disse til bruk på mindre skjermer og i sosiale medier, totalt 16 stk.
- **THIS IS MUNCH:** Merkebarebyggende film som viser totalen av alt som kan oppleves på museet, inkludert kunst, konsertopplevelser, program for barn og unge og flere serveringssteder. Med mål om å etablere MUNCH som en ledende destinasjon for Edvard Munchs samling. Full film levert i fem versjoner, med en tilhørende teaser i fire ulike formater.

### Sponsorfilmer

- **Viking Cruises:** Omvisning av museet og utstillingene *Uendelig* og *Monumental*. Tre filmer for Vikings TV-kanal, pluss gjenbruk i MUNCH 's egne kanaler.
- **Ekely Omvisning til Polestar:** Et nedklipp av en eksisterende video fra 2020, hvor formidler Zeenat Amiri gir en virtuell omvisning av Edvard Munchs kunstnerbolig på Ekely. Nedklippet ble vist på digitale skjermer i Polestars biler.

### Annet:

- **Brenden Fernandes:** Dokumentasjon av Brenden Fernandes bestillingsverk *u/synlig*. En film i real time.
- **Reel til Norefjell:** En reel av eksisterende materiale satt sammen til intern bruk, for å synliggjøre besøkstall, billettsalg og diverse andre interne prestasjoner siden åpning.
- **Tankekort:** En film som viser tankekort i bruk på en engasjerende måte. Knyttet til skoletilbudet (4.-7. Klasse).
- **Audioguide:** Stills av audioguiden i bruk, i utstillingen *Uendelig* med barn/unge.
- **Lederportretter:** Portretter av MUNCHs nye ledergruppe, tatt av Kilian Munch vinteren 2022.
- **Delingsforum:** Dokumentasjon av Delingsforum, et forum for digital erfaringsutveksling og inspirasjon. Digitalt seminar over Teams, med deltakere fra hele Europa.



Foto: Munchmuseet / Anders Martin Helle

### Praktisk oppfølging av Eksterne Produksjoner:

- **Amanda Delara Musikkvideo:** Et iransk cover fremført av Amanda Delara i utstillingen *Uendelig*, som en hyllest til det iranske folk og kampen om frihet. Denne ble i tillegg til sosiale medier også vist på iransk tv.
- **MUNCH: More than a Museum:** Spansk dokumentarproduksjon om det nye museet. Organisere og følge filmproduksjonen.
- **Sotheby`s:** Intervju med formidler og konservator om *Skrik*. Organisere og følge filmproduksjonen.

Filmene ble produsert og lagd av vårt interne produksjonsteam, Ruth Steine (Produsent), Cathrine Pryser (Produsent) Maria Sun Hansen (tidligere Teamleder) og Charlie Stråhle (nåværende Teamleder) i samarbeid med eksterne leverandører på regi, klipp, lys, lyd og filmfoto.

### Tekstformidling

Museet har over flere år satset ambisiøst på tekstformidling og har kompetente aktører i alle ledd, fra tekstredaktører med lang erfaring som journalister, redaktører og forfattere, til profesjonelle oversettere og språkvaskere. De har alle fått det samme oppdraget: tekstene i museet skal åpne opp kunsten for et mangfold av lesere, som kommer til oss med varierende kjennskap til og kunnskap om kunst. Tekstene formidles til publikum både i audioguide, i veggtekster i utstillingene og i tekstsaker på nett. Tekstene skal treffe både et lokalt og et internasjonalt publikum, og vi etterstreber derfor et høyt kvalitetsnivå både på norske og engelske tekster.

Hva som er inkluderende kunstformidling er et spørsmål som i aller høyeste grad engasjerer og opptar oss på MUNCH, og som vi bruker mye tid og ressurser på å diskutere, utforske og finne nye svar på. Historisk har veggtekstene i museene vært informative og forklarende, men vi har i nye MUNCH gitt dem en mer ambisiøs funksjon: å åpne opp et refleksjonsrom og berøre de besøkende, slik at de får eierskap til kunsten. Arbeidet fører frem: gjennom omfattende publikumsinnsikt og direkte henvendelser til museet har vi klare indikasjoner på at den nye måten å tenke tekstlig formidling på fungerer, og skaper gode kunstopplevelser for flere.

Noen eksempler på tekstproduksjon i 2022:

**Brikker** – En tekstlig fortelling gjennom utstillingsrommet som tematiser hvilken kunst som blir samlet på, av hvem og for hvilket publikum. Med interaktive elementer, direkte spørsmål til publikum og en ledig tone blir snevre kunstfaglige spørsmål løftet opp på et generelt nivå: Hva skal vi samle på, og hvorfor?

**SOLO OSLO** – Hvordan kan tekst brukes aktivt for å tilrettelegge bedre for publikum? I årets to utstillinger i serien **SOLO OSLO**, har eksterne formidlere, Zeenat Amiri (nå fast ansatt) og Frida Rusnak utforsket teksten og informasjonens rolle i publikums kunstopplevelser.

**Satyricon & Munch** – Tekst som supplement til en multimedial kunstopplevelse - der musikk og billedkunst er hovedkomponenter. Hvordan kan tekst presenteres i mørke utstillingsrom, på nye måter – og åpne en spesiell kunstopplevelse for flere?

**Maskinen er oss** – Hvordan formidle samtidskunst til et bredere publikum? I denne utstillingen har vi arbeidet med å formidle samtidskunst i et mer tilgjengelig språk enn det som tradisjonelt er forbundet med presentasjon av samtidig og teknologibasert kunst. Publikumsinnsikt foretatt i utstillingen viser tydelig tekstenes viktige formidlingsrolle: besøkende som bruker qr-koder og leser tekstene sitter igjen med et mye bedre helhetsinntrykk av utstillingen, enn besøkende som ikke leser tekstene.

**Kan hende er det vakkert** - Hvordan fortelle om en viktig del av norsk kunsthistorie, gjennom å utforske samleren Rolf Stenersens liv og tanker? Tekstene i utstillingen *Kan hende er det vakkert* bruker levde liv og personlige anekdoter som formidlingsverktøy i utstillingssalen.

Målgruppearbeid mot **barn og unge** – Målrettet arbeid med kommunikasjon til yngre publikumsgrupper.

Tekstformidlingen foregår både i og utenfor utstillingene – og arbeidet med å sikre gode og tilgjengelige tekster pågår også på våre digitale flater. Arbeidet med å sikre spennende tekstlige meropplevelser digitalt er, og vil fortsette å være, et viktig satsningsområde. Tekstredaktører på museet i perioden har vært Rob Young, Tora Sanden Døskeland og Hanna Hille Stoltenberg.

### **3. Program for barn og unge: Fritid**

#### **Babyforestillinger (0-1 år)**

Babyforestillingen *Favn* ble gjennomført en gang i måneden i monumentalsalen. Det var billettsalg til tre forestillinger per dag. Danserne Loan Ha og Katja Schia sto for gjennomføringene. Camilla Wexels Riiser hadde ansvar for de spesialdesignede teppene og kostymene. Totalt ble det solgt billetter til 31 forestillinger med 463 babyer og foresatte.

#### **Mini Munch – Festival (3-12 år)**

På familiearrangementet *Mini Munch – Festival* deltok totalt 935 barn og voksne på de 2 festivaldagene. Målgruppen for aktivitetene var barn i alderen 3-12 år i følge med foresatte.

Temaet for *MiniMunch festivalen* i 2022 var science fiction. Programmet var stappfullt av spennende opplevelser for de minste. Vi inviterte til verksted, kunstmøter, visning av videoverk og interaktive opplevelser. I løpet av festivaldagene dukket det opp spennende forestillinger rundt omkring på museet. Vi hadde totalt fem performance, tre verksted, et videoverk og et supert unikt interaktivt ping-pongverk.

Medvirkende kunstnere: Annika Simonsson, Carl Aquilizan, Fiksdal/Floen/Slåttøy, Jessica MacMillan, Kirsty Kross, Karin Augusta Nogva, Samvær Under Tilsün og Supernova. Scenograf: Marie Cole. Festivalen ble programmert av Awo Abdulqadir, Meera Manjit Kaur og Julie Knoff Smith.

### **Mini Munch – Barnas kunstdager (3-12 år)**

På familiearrangementet *Mini Munch – Barnas kunstdager* deltok totalt 598 barn og voksne på de fem kunstdagene. Målgruppen for aktivitetene var barn i alderen 3-12 år i følge med foresatte. I forbindelse med arrangementet ble det i tillegg til verksted ved ulike kunstnere arrangert improvisasjons-omvisninger med skuespillere fra Det Andre Teatret og i oktober 2022, danseomvisninger med Landing. Etter omvisningen fikk barn og voksne delta på et verksted ledet av en kunstner.

- Årets første *Barnas Kunstdag* ble avholdt 6. februar. Sammen med kunstner Gunvor Nervold Antonsen, lagde barna stemningsfulle, Munch-inspirerte vinterlandskap ved å kombinere soft-cut-trykk, tekstilcollage og oil-sticks.
- 6. mars ble *Barnas Kunstdag* ledet av Jorunn Hancke Øgstad som inspirerte barn og voksne til å lage eksperimentelt



Foto: Munchmuseet / Aleksander Ramsland

- maleri i store formater med sjablonger, lange pensler og tekstilfarge som fikk reagere med vann og flyte ut i overraskende fargesjatteringer på ugrunnet lerret.
- Gelawesh Waledkhani ledet verkstedet under *Barnas Kunstdag* 3. april. Barna lagde sine egne kunstbøker i trekkspillformat der oppgaven var å lage en tegnefortelling med utgangspunkt i temaer som var viktig for dem selv. Waledkhani inspirerte barna med sin egen tegneteknikk.
- I mai var det Anna Daniell som ledet *Barnas Kunstdag*. Den ble avholdt 8.5 med Erle Saxegård som assistent. Anna Daniell tok utgangspunkt i et av sine tidligere prosjekter med skulpturer laget etter Munch-souvenirer. Barna formet skulpturer i blåleire og støpte dem i lysvoks med veke. Sammen med barna filosoferte Daniell rundt spørsmålet om de hadde laget skulpturer til å beholde, eller lys til å brenne.
- I oktober ble *Barnas Kunstdag* den 16. oktober ble arrangert i samarbeid med *Verdens kuleste dag* og Sparebankstiftelsen DnB. Verkstedet ble ledet av Lucia Aragon. Hun fabulerte rundt det faktum at museet er fundert dypt under fjorden, og trykket et stort materialtrykk. Barna fikk utdelt trykkplater i papp som skulle være vegg, der de limte på materialer for å lage trykk.

### **Vinterferieverksted (19.2 – 27.2)**

I vinterferien holdt vi *fest-maskeverksted* utviklet av Helene Duckert. Duckert tok utgangspunkt i at munnbind ikke lenger var påbudt. Hun påpekte hvordan dette åpnet for å bruke maskene på nye, overraskende måter, og oppfordret til å feire den nye friheten ved å omskape dem til fantasifulle og ekspansive kreasjoner ved å kombinere dem med gjenbruksmaterialer, blant annet fra Den norske opera. Totalt 9 gjennomføringsdager for 280 deltakere (barnefamilier).

### **Påskeferie (9.4 – 17.4)**

Under påskeferien inviterte MUNCH barn og voksne til et verksted med Jannicke Schønning, der de kunne teste ut et utall muligheter i bruk av blekk og flytende tusj på store akvarellpapirark, med inspirasjon fra blomster og vekster. Totalt 9 gjennomføringsdager for 460 deltakere (barnefamilier).

### **Høstferie (1.-2. oktober)**

Katarina Caspersen og Thor Merlin Lervik gjennomførte verkstedet *Levende tegninger*, der barn og voksne kunne fylle en animert og Munch-inspirert skog med bevegelige tegninger. Det ble 90 deltakere.

### **Førjulsverksted (27.11)**

I anledning et julearrangement i regi av Bjørvikaforeningen, inviterte MUNCH til åpent førjulsverksted i museets lobby 27.11. Scenograf og dukkemaker Marte Ekhougen holdt gaveverksted, *Skrotnissens juleverksted*, med utgangspunkt i materialer som sokker og slips. Grafikerne Anders Kjellesvik og Kamil Kak inviterte publikum til å trykke sjablong- og potettrykk på duker.

### **MUNCHs Sommerskole 2022 (8-12 år)**

For andre år på rad arrangerte MUNCH sommerskole for barn på mellomtrinnet, mandag til fredag i uke 25, 26, 32 og 33. Det var femten plasser per uke. Halvparten av plassene ble solgt åpent og halvparten ble tilbudt gratis til elever ved skoler i Bydel Gamle Oslo.

Erlend Hogstad sto bak konseptet som tok utgangspunkt i Munchs monumentalmaleri *Forskerne*. Kunstnere Lucía Aragón og Katarina Caspersen bidro også til utvikling og gjennomføring av sommerskoleopplegget. Barna skulle tenke seg denne stranden to tusen år fram i tid, og befolke landskapet med gjenstander og skapninger av papir, papp, tekstil og leire, til vanns, på land og i luften. Barna arbeidet også med å forme en fysisk papirmodell av landskapet, og med å trykke og lage ulike former for strukturer til det. Figurer og strukturer ble skannet med 3D-skanner, og barnas bevegelser ble filmet og lagt på deres egen avatar-skulptur. Prosjektet munnet ut i en 3D-film som barn og voksne kunne oppleve i VR under fredagens vernissasje. I tillegg til å utfolde

seg kreativt besøkte barna utstillingene i museet. De fikk også besøke konserveringsavdelingen og snakke med ansatte der, lære om hva en konservator gjør og komme tett på Munchs malerier som var til behandling. Totalt 20 gjennomføringsdager med 56 barn.

### **MUNCH UNG** (14-19 år)

*MUNCH UNG* er et gratis kunst- og kulturtilbud for ungdommer. Programmet ønsker å gi barn og unge innblikk i de nær uendelige mulighetene og tankesettene kunsten rommer. Vi vil tilby dem opplevelser de ikke finner noen andre steder, verken hjemme eller på skolen; opplevelser som lar dem se verden med nye øyne og beriker livene deres. Målet er å inspirere og engasjere barn og unge på måter som føles relevant for dem og deres hverdag, uavhengig av forkunnskaper, interesser og bakgrunn.

*MUNCH UNG* er for ungdommer som vil ha et sted de kan drive med grafisk design, filmproduksjon, kunst og hva de enn har behov for. Det er også et kreativt rom hvor de kan samles og henge. De får tilgang til maleutstyr, kameraer, programvare for redigering av foto, film og grafikk og mer – verktøy som muliggjør kreativitet og kunstnerskap hos alle, uavhengig av deres kompetanse. Det blir samtaler med unge kulturpersonligheter og ferieverksted, feiring og musikk.

### **Munch Ung: Samskaping**

*Munch Ung Samskaping* er et tilbud hvor vi ansetter ungdommer som programmerer en happening på museet for andre ungdommer. Dette jobbtilbudet er utviklet i samarbeid med *UngJobb*, som er et sysselsettingstiltak i Bydel Gamle Oslo. Tilbudet ung samskaping prioriterer likeverdig deltakelse som et utgangspunkt for å gjøre ungdommer til aktive premissgivere for hva et museum skal være. Våre unge designaktivister samskaper med Munch for å utvikle et kulturtilbud som ungdom finner relevant og har lyst til å ta del i. Via dette har ungdommer fra tidligere kull fått anledning til å bli videre ansatt på huset. Vi gjennomførte et arrangement med samskaping i 2022, kalt *Munch Ung feiring: Sommer på toppen av MUNCH*. Totalt deltok 130-140 ungdommer.

### **Munch Ung Scene**

Vi er brennende opptatt av at kunstopplevelser skal være for alle, også for ungdom. Men hvilket kulturtilbud er det ungdommene selv ønsker seg? Da vi spurte dem, var svaret klart: Mer liveforestillinger, og muligheten til å få en arena der unge talenter kan ta plass. Derfor etablerte vi konseptet *Ung Scene*. En plattform der unge og uetablerte kunstnere innenfor musikk, dans og poesi får mulighet til å nå frem til et større publikum. Ungdommene som



Foto: Munchmuseet / Nicklas Andreas Persson

besøker oss, får selv lov til å spille inn forslag til hvem som skal stå på scenen neste gang. Målet er å etablere en arena både for ungdom som vil oppleve kultur, og for unge artister som er i ferd med å etablere seg som kunstnere og utøvere. *Ung Scene* løfter frem unge, uetablerte kunstnere innenfor musikk, dans og poesi. Hvordan vi velger vi ut de som skal opptre: Forslag fra ungdommer via *MUNCH UNG* sin Instagram, samt fra mer etablerte artister med en eksisterende tilknytning til *MUNCH UNG*. Vi gjennomførte ett arrangement med *Ung Scene* november 2022 der Daniel Obede, Primz, Vero Noah, Margot Moe og dansegruppen B16 på scenen. Totalt 35 publikummere.

### **Munch Ung: Workshop**

I *MUNCH Ung Workshops* møter ungdommene profesjonelle kunstnere. Vi låner ut verktøy som gir dem muligheten til å ta kreativiteten til et nytt nivå, enten de vil skape bedre innhold til TikTok'en sin eller lage en proff portefølje. Hos *MUNCH Ung Workshops* kan man melde seg på ulike verksteder for å få profesjonelle råd – enten det gjelder kostymedesign, foto eller kreativ skriving. 28. april holdt vi en pop-art workshop.

Dette verkstedet ga en fordypning i materialer og å jobbe med et utvalg av ulike verktøy og teknikker. Deltakerne skulle jobbe ut fra direkte observasjon, deres fantasi og utvikle konseptuelle design. Ungdommene benyttet store lerreter og totebager for å teste ut forskjellig materialer og utforske teksturer. De får utforske mulighetene innen maleri og hvordan man forholder seg til et lerret som er like stort som, om ikke større enn, sin egen kropp.

Verksted var holdt av Julius Karoubi en kunstner som eksperimenter med farger – både på papir og vegger, i mosaikk og med maling. Julius studerer på Kunstakademiet i Oslo og har tidligere studert hos Einar Granum Kunstfagskole. Han er inspirert av Pop Art og Post-Vandalism. Antall deltagere: 10

### **Munch Ung: Samtale**

MUNCH inviterer til samtaler med, og for unge. Gjennom samtaler med unge folk i kulturbransjen får vi høre om hvordan og hvorfor de arbeider med det de gjør.

- 17. februar feiret vi åpningsfest til Munch med først samtalen i serien. Vi inviterte til en inspirerende samtale med Amanda Delara og Iman Meskini til museet for å diskutere tekst, inspirasjon og kreative prosesser. Hvordan er det å arbeide i den kreative bransjen – og samtidig ha sterke meninger?
- 17. mars var temaet bak scenen, en samtale om hva som skjer bak kulissene når en artist skapes. Vi har invitert to utøvere som selv er artister, men som også har hjulpet andre gjennom å være produsent og manager. Hvordan skal en skrive og produsere musikk for å bli den neste Arif, eller Unge Ferrari? Til denne samtalen inviterte vi Thomas Jones (aka JNS) og Yunus Daar.

Antall deltagere til sammen: 63.

### **Munch Ung: Vinterferie**

21. og 23. februar inviterte vi til et lynkurs i fotografering hvor ungdommene lærte av en av de fremtredende unge fotografene i bransjen i dag. Michael Ray Vera Cruz Angeles aka Akam1k3 har de siste ti årene jobbet med artister og kjendiser over hele landet. Med en deilig retro 90-talls estetikk som fanger de råe øyeblikkene når de skjer forteller AKAM1k3 historier med fotografiene sine. Han er mest kjent som fotografen til Karpe Diem.

Den 24.-25. februar inviterte vi til et kreativt skriveverksted. Gjennom workshopen arbeidet ungdommene med å gjøre tanker og fantasier om til inspirerende tekst. Dette var et nybegynnerkurs og man trengte ikke å ha noen forståelse, ferdigheter eller tidligere erfaring for å delta. Verkstedet var ledet av Hanna Asefaw. Hun skriver musikk og poesi og hun har vært på flere scener og fremført og har holdt workshops i mange år om kreativ skriving. Totalt antall deltagere: 50



### **Mobilizing Citizenship – høstferieverksted for ungdom 13-17 år**

Høstferieverksted ledet av kunstnere fra Kunsthall Stavangers velkjente *Mobilizing Citizenship*-prosjekt. *Mobilizing Citizenship* (MC) er et formidlingsprosjekt der norske og internasjonale kunstnere og designere inviteres til å jobbe med en liten gruppe ungdommer på Kunsthall Stavanger i løpet av ett semester. Det overordnede fokuset til MC er å undersøke hvordan unge kan bruke verktøy og metoder fra samtidskunsten for å uttrykke seg og bli hørt i dagens samfunn.



Foto: Munchmuseet / Kilian Munch

Høsten 2022 fikk ungdommene jobbe sammen med kunstnerkollektivet *WALK OF SHAME* på MUNCH, og utforsket hvordan kunstinstusjoner kunne skape meningsfulle rom for ungdom. *Mobilizing Citizenship* mottok støtte fra Kulturrådet via Kunsthall Stavanger. Totalt antall deltagere: 15 deltagere.

## **4. Omvisninger og verksted**

MUNCH hadde totalt 1 596 omvisninger/arrangementer med 47 893 deltagere i 2022. For å øke kvaliteten på tilbudet har vi dannet team *MerOpplevelse* for å styrke tilbudet til målgruppen voksne besøkende. Teamet samarbeider for å utvikle omvisninger og foredrag om Edvard Munch, bygget og arkitekturen, skiftende utstillinger, og diverse spesialtematikker som er skreddersydd for kunder og sponsorer. Teamet møtes jevnlig for å garantere en kontinuerlig forbedring av eksisterende tilbud og for å samhandle i utviklingen av nye produkter, samt legge til rette for spesialgrupper som VIP-gjester, pensjonister og personer med funksjonsvariasjoner. Medlemmer av teamet skal integreres i prosjektgruppene til kommende utstillinger for å forberede omvisninger og foredrag med en tydelig utviklingsprosess i forkant av utstillingsåpningene.

### **Omvisninger for salg voksne**

For voksne fra private grupper, firmaer, kunstforeninger, seniorer utenfor Oslo m.fl. ble det arrangert 651 omvisninger med 12 697 deltakere, og 20 gratisomvisninger for veldedige organisasjoner og andre med totalt 74 deltagere.

## **Utleie og VIP**

I forbindelse med diverse utleiearrangementer ble det arrangert introduksjonsforedrag eller annen formidling på totalt 27 arrangementer med til sammen 1 279 deltakere. På VIP/sponsorarrangementer ble det gjennomført 73 omvisninger/foredrag for 1 369 personer.

## **Den kulturelle spaserstokken**

MUNCH fikk i søknadsåret 2022–23 midler fra Kulturdepartementet, via Kulturetaten, til et kulturtilbud for seniorer i Oslo. Totalt ble det gjennomført 25 omvisninger i samlingsutstillingen *Edvard Munch uendelig* med 366 deltakere. Tilbudet fortsetter frem til mai 2023.

## **Medlemmer**

Det ble satt opp egne omvisninger for medlemmer i samlingsutstillingen *Edvard Munch uendelig* høsten 2022. Totalt 25 omvisninger med 300 deltakere.

## **Omvisninger på tegnspråk**

Det ble gjennomført 6 omvisninger med formidler fra MUNCH og tegnspråktolk. Totalt 46 personer deltok.

## **Omvisninger med synstolking**

For blinde- og synshemmede ble det gjennomført 5 omvisninger med 63 deltakere.

Totalt ble det arrangert 831 omvisninger for 16 114 personer i forbindelse med gruppebesøkene for et voksent publikum med formidler nevnt ovenfor.

## **Verksteder for barnehage, skoler, videregående og voksne:**

I løpet av 2022 har vi tilbudt følgende verksteder til barnehager, skoler og voksne.

### **Tegnelek**

For barnehage har vi avholdt fire omganger med verkstedet *Tegnelek* inspirert av hvordan Edvard Munch som liten gutt tegnet med kull utover kjøkkengulvet. Barna tegnet kjempestort til musikk, utforsket ulike måter å bruke kullet på og bearbeidet tegningen videre med gouache. Verkstedet har vært kombinert med omvisningen *Danselek* med dansegruppen Landing.

### **Munchs monstre**

Vi har også avholdt verkstedstilbudet *Munchs monstre* for en rekke barnehagegrupper. Dette tilbudet er også rettet mot småskolen. Tilbudet omfatter også en omvisning/*monsterjakt* i utstillingen der gruppen sammen går på oppdagelsesjakt i bildene. Målet er å vise at bildene rommer mer enn en ferdig definert fortelling. Opplegget gir også mulighet til å filosofere over alle kreftene som bor i oss, og ikke minst til å skape (monstre) selv.

### **Munchs malemåter**

Verkstedet *Munchs malemåter* har vært holdt for en rekke skoleklasser. Det har også ved to tilfeller vært holdt for voksne i forbindelse med bursdagsfeiringer/fester. Verkstedet tar utgangspunkt i Munchs malerstrøk. Formålet er at deltakerne skal se Munchs bilder på nytt ved å male selv. De utfordres til å teste andre/nye formulærer. Deltakerne utfordres til å male stort og raskt, og til å utforske fargeblanding.



Foto: Munchmuseet / Ove Kvavik

### **Munchs puslespill**

Verkstedet *Munchs Puslespill* retter seg primært mot elever fra videregående skole og voksne. I 2022 har det vært holdt for en rekke videregående- og voksengrupper. Det omfatter omvisning og verksted og gir en innføring i Munchs som grafiker med fokus på tresnittene, og hans bruk av puslespillteknikken. Deltakerne får en forståelse av hvordan denne teknikken fungerer ved å farge inn og trykke fra kopier av Munchs tresnittplater.

### **Munchs trykk**

I 2022 har vi avholdt fire omganger av *Munchs trykk*. To tredjedeler har vært holdt for museets medlemmer. Dette eksperimentelle silketrykkverkstedet, er utviklet av grafiker Anders Kjellesvik med utgangspunkt i spørsmålet «Hva ville Munch ha gjort som grafiker i dag?». Deltakerne har improvisert med trykk ved hjelp av collage og sjablonger.

For skoleklasser ble det gjennomført 32 verksteder med 640 deltakere og for barnehager 14 verksteder med 211 deltakere. Det ble i tillegg gjennomført 10 verksteder for voksne med 99 deltakere.

### Sponsorverksteder for familier

I mai ble det avholdt to sponsorverksteder for Multiconsult. Det var Helene Duckert som holdt *Festmaskeverksted*, tidligere holdt som vinterferieverksted. Anslagsvis 240 personer deltok. To dager i desember holdt Marte Ekhougen *Skrotnissens julegaveverksted*, tidligere holdt som førjulsverksted, som sponsorverksted for familier tilknyttet Idemitsu og Aker. Totalt 154 personer deltok.

### Naboens kunstdag (20.03, 24.04, 22.05 og 27.11)

I dette arrangementet samarbeider museet med Røde kors og Flyktningehjelpen for å invitere flyktningegrupper til museet. 20. mars var det perle/smykkeverksted med utgangspunkt i Edvard Munchs motiver. 24. april var det mosaikk-verksted inspirert av monumentalmaleriet *Solen*. 27. november ble det holdt lysboks/diorama-verksted inspirert av Edvard Munchs landskapsmalerier. Meera Manjit



Foto: Munchmuseet / Tom Øverlie

Kaur og Marie Cole var ansvarlige for verkstedene. Totalt 4 søndager med 163 deltakere.

## 5. Program barn og unge: tilbud til skoler og barnehager

2022 var vårt første år i Bjørvika og det kunne merkes på interessen fra skoler og barnehager. Etterspørselen har vært svært stor og ført til at vi har måttet tenke nytt om hvordan vi kan tilrettelegge besøk fra skoler og barnehager best mulig, både med og uten følge av formidlere. Vi har utviklet vårt tilbud i tre kategorier: skoler og barnehager som besøker oss på egenhånd, digitale ressurser og opplevelser som kan bestilles på MUNCH som utstillingsbesøk med formidler. Innenfor disse kategoriene har vi spisset tilbudene ytterligere jmfør alderstrinn: barnehage, 1.-3. trinn, 4.-7. trinn, 8.-10. trinn, VGS og folkehøgskole.

Som følge av utvidelsen og spissingen av vårt skoletilbud har vi også jobbet med å forbedre brukeropplevelsen for lærere i forkant av besøket. Nettsiden er omstrukturert slik at lærere

lettere skal få oversikt over hva som er relevant for deres klasse. Arbeidet med å skape godt forberedte besøk med god og relevant informasjon i forkant av besøket fortsetter i 2023.

Alle som besøker MUNCH i undervisningssammenheng har gratis inngang. De kan også låne audioguiden gratis.

### **Barnehage**

For barnehager gjennomførte MUNCH tilbudet *Munchs Monster* (utstillingsbesøk med formidler og verksted) for 14 barnehager med 211 barn og voksne. I tillegg fikk museet tilskudd til kultur i barnehagen gjennom Kulturretaten og gjennomførte samarbeidsprosjektet *Danselek / Fri Fauna* med tre dansere fra dansegruppen *Landing*. Tilbudet ble fullbooket og gjennomført med 34 barnehagegrupper (inkludert test). Totalt 460 barnehagebarn deltok. Totalt hadde vi 48 barnehagegrupper på besøk med 671 barn i 2022.

### **Den kulturelle skolesekken**

Den nasjonale ordningen for profesjonell kunst i skolen, Den kulturelle skolesekken (DKS), har MUNCH som et fast tilbud for Osloskolen. Det innebærer at hele Oslos befolkning besøker MUNCH det året de fyller 12 år. DKS er et format som treffer bredt med potensiale for å gi et personlig og engasjerende første møte med museet og kunsten. I løpet av 2022 har vi hatt to skoleklasser daglig fra januar til desember med pause fra midt juni til september. Vi har utviklet en dramaturgi på besøket som har benyttet flere av museets utstillinger, med en avslutning på museets takterrasse hvor vi ser ut over byen som eier denne samlingen.

DKS gjør undersøkelser blant lærere som har besøkt oss, med få respondenter. Etter flere års systematisk arbeid med å heve kvaliteten ved DKS-besøkende får vi nå svært positive tilbakemeldinger. På spørsmål om hvordan lærere graderer elevenes opplevelse er responsen 4,5 av 5. På spørsmål om hvordan læreren vil gradere utøvernes formidling er responsen hele 4,9 av 5.

Det faste formidlingstilbudet til 7. trinn gjennom Den kulturelle skolesekken ble videreutviklet i 2022. Våren 2022 gjennomførte vi tilbudet under tittelen *I hodet på MUNCH*, mens det høsten 2022 fikk tittelen *Skrik i verdensrommet*. Det ble gjennomført totalt 290 utstillingsbesøk med formidler med totalt 7 304 elever og lærere. I tillegg til det faste DKS-tilbudet har vi gjennomført 102 utstillingsbesøk med formidler med 2 736 elever og lærere fra grunnskoler utenom Den kulturelle skolesekken. For videregående skoler og studentgrupper har vi gjennomført 103 utstillingsbesøk med formidler for totalt 2 700 elever og lærere. Noen av skolene besøkte museet med gratis kulturbuss finansiert av Sparebankstiftelsen.

MUNCH gjennomførte i 2022 totalt 495 utstillingsbesøk med formidler for totalt 12 740 skoleelever og lærere fordelt på alle klassetrinn.

### **Tankekort**

Et av tiltakene vi gjorde for å imøtekomme skoleklasser som ikke fikk en MUNCH-formidler på grunn av den store etterspørselen var å utvikle verktøy elever og lærere kunne benytte i utstillingene på egenhånd. I samarbeid med fotograf, illustratør, forfatter og tegneserieskaper, Lene Ask, lagde vi *Tankekort for elever og lærere* for elever i 4.-7. trinn. Dette er en boks med

kort skoleklasser kan låne gratis og bruke i samlingsutstillingen *Edvard Munch uendelig*. På elevenes tankekort får de oppgaver de skal løse sammen, mens læreren sitt tankekort har korte introduksjoner til utstillingens ulike tema og samtale spørsmål som kan brukes i dialog med elevene.

Tankekortene ble grundig testet i løpet av samarbeidet med Lene Ask og har vist seg å være et nyttig verktøy også for MUNCH-formidlere. Tankekortene brukes i dag både som aktivitet i våre utstillingsbesøk med formidler for grunnskolen og som læringsverktøy for besøkende fra voksenopplæringen.

### **Poetisk soundtrack for ungdom**

Et annet tiltak vi gjorde for å imøtekomme skoleklasser som ikke fikk en MUNCH-formidler på grunn av den store etterspørselen var å utvikle et eget tilbud for ungdom på vår audioguide. Lydsporet er også tilgjengelig på vår nettside og SoundCloud slik at det kan benyttes på egne enheter i forkant, under og i etterkant av besøket. I samarbeid med poet, forfatter og scenekunstner Fredrik Høyer og Tobias Wam Grønberg lagde vi Poetisk soundtrack for ungdom til samlingsutstillingen *Edvard Munch uendelig*. Med musikk, lyd og ord veileder Høyer lytteren fritt gjennom utstillingen med tanker og spørsmål omkring det å se, og det å kunne si noe om det man ser. Soundtracket passer for ungdomstrinnet, VGS og studenter og kan bestilles som hele klassesett gratis.

### **Lærperlørdag**

Lærere er blant MUNCHs superbrukere og er en gruppe vi vil knytte nærmere til oss i arbeidet med å styrke vårt skole- og barnehagetilbud. I løpet av 2022 arrangerte vi tre Lærperlørdager for totalt 240 lærere. Lærperlørdag er et tilbud skreddersydd for lærere hvor vi i tillegg til faglig program sammensatt av intern kompetanse og eksterne gjester tilbys omvisinger og lett servering. Lærperlørdag er også en viktig kilde til innsikt da vi har gjennomført en rekke undersøkelser blant lærere på disse arrangementene. Vi gjennomførte tre arrangementer med 390 lærere.

## **6. Andre tiltak**

### **Samarbeid med Oslo kulturskole**

MUNCH ønsker å bidra til at flere barn og unge får oppleve kunst og kultur. I 2022 videreførte vi samarbeidet med Oslo kulturskole. Samarbeidet er todelt. Den ene delen av samarbeidet gjelder aktivitetsskoler. I februar 2022 deltok elever ved AKS på Gamlebyen skole i å bygge utstillingsprosjektet *Hjernelabyrinten*. En stor labyrint i papp. Kulturskolelærer Marianne Darlèn Solhaugstrand var ansvarlig for AKS-gruppene i samarbeid med kunster Jennie Bringaker, kunstneren bak prosjektet *Hjernelabyrinten*, som ble oppført som en del av museets utstillingsserie *Kom tenk med oss!*. Totalt ble det gjennomført ni dager med sambygging for 45 elever fra Gamlebyen aktivitetsskole

I tillegg gjennomførte Oslo kulturskole totalt 14 egne kurskvelder med kunstner Marianne Darlèn Solhaugstrand våren og høsten 2022. Det ble gjennomført to kurs med 12 elever per kurskveld over 6-8 uker, totalt 24 elever per uke over seks onsdager på våren og åtte mandager på høsten. Med totalt 24 barn per uke, deltok til sammen 48 barn på kurs i regi av kulturskolen på MUNCH i 2022. Arrangør fra MUNCH var formidlingskoordinator Hilde Ødegaard, mens arrangør fra Oslo kulturskole var assisterende rektor Patrick Ekberg Sørensen. Ny samarbeidsavtale for 2023 initieres i samarbeid med undervisningsleder visuell kunst Liv Larsson. Målet for 2023 er å styrke samarbeidet om deltakelse fra aktivitetsskolene.

### **Digitale opplevelser**

Til utstillingen *Brikker*, og i samarbeid med det danske designbyrået Yoke, utviklet MUNCH to immersiv-digitale installasjoner. Mens den ene formidler sentrale aspekter av Nikolai Astrups kunstneriske prosesser og hans blikk på naturen, tok den andre for seg det opplevde øyeblikket der amerikanske gatefotografer trykket på utløseren.

*Nysnø* er en immersiv-interaktiv opplevelse basert på den digitaliserte samlingen av Edvard Munchs tegninger. Opplevelsen består i å tegne på papir i dialog med en kunstig intelligens, som har lært seg å tegne som Munch. Denne intelligensen reagerer umiddelbart på hver strek du tegner. Etter oppstart i vinter 2021, befinner dette prosjektet seg nå i en forsknings-innovasjons- og prototyping-fase. Særlig utviklingen av et cutting edge AI-system krever videre utvikling, noe som MUNCH gjør i samarbeid med OsloMets AI Lab. Ytterlige samarbeidspartnere er kunstnergruppen Random International, IT Universitetet i København og arkitektfirmaet Torsteinsen Design.

## **III. Konservering**

Konserveringsområdet ved MUNCH er organisert i to seksjoner og har i 2022 fortsatt å arbeide for at museets samling skal bevares på best mulig måte. Den daglige operasjonen har vært knyttet til behandling av kunstverk for å støtte museets utstillings- og utlånsprogram og kurerreiser i forbindelse med utlån av kunsten. Det er også gjennomført studier som bidrar med grunnlag for beslutninger om ivaretagelse av kunstverkene i de planlagte utstillingene og i fremtidig magasinering. I tillegg har konservering bistått inn i en rekke andre sentrale prosesser på museet, herunder gjennomføring av forskningsprosjekter innen konservering; vurdering av verkstilstand ved forespørsler om utlån; befaringer ved deponier på bl.a. Rådhuset; utvikling av kunstverkdatabase (TMS CS); ekspertiser av både maleri og papirverk; digitalisering av konserveringsområdets arkiver.

MUNCH har i 2022 mottatt støtte fra Bank of America til rensing og behandling av en av MUNCHs versjoner av *Vampyr* (MM.M.00292). Dette arbeidet vil bli gjennomført i 2023. Munchmuseet har i 2022 også gjennomført omfattende konservering av verket *Stoffveksling. Liv og død* (MM.M.00419), et prosjekt finansiert av Bergesenstiftelsen. Malerikonserveratorer fra Munchmuseet har i tillegg ytt konsulentbistand til KODE i Bergen med tilstandsvurdering og behandling av deres Munch-malerier. I 2022 ble 23 av maleriene fra KODEs samling behandlet av konservatorer fra Munchmuseet. Samarbeidet med KODE er fortsatt pågående og vil bli videreført i 2023.



Edvard Munch: *Stoffveksling. Liv og død*,  
Foto: Munchmuseet

Konserveringsseksjonene ved Munchmuseet har i 2022 videreført det særskilte fokuset på å øke formidlingen av konserveringsrelevante forhold og problemstillinger i både presse og sosiale medier. Medarbeidere fra konservering har derfor bidratt inn i museets egne produksjoner til hjemmeside/sosiale medier, og flere konservatorer var sentrale i NRKs dokumentar *Munch på flyttefot*, der de utdypet de konserveringsmessige utfordringene ved flyttingen til Bjørvika. Dokumentaren ble vist på NRK TV i januar/februar 2022. Konservering har i tillegg deltatt i produksjoner angående ranet av *Skrik* og *Madonna* i 2004, bl.a. dokumentarfilm produsert av LionTV for BBC2, dokumentarfilm produsert av Monster films og i filmet innslag om skadene etter ranet og konserveringsbehandlingen i regi av Sotheby's Institute of Art, samt i intervju bl.a. i Klassekampen.

Faglig utvikling innenfor konservering er et høyt prioritert område for Munchmuseet, og de to seksjonene inngår i en rekke nasjonale og internasjonale nettverk og faglige fora. Seksjonenes forskningsaktiviteter står omtalt i avsnittet om Munchmuseets forskningsprosjekter og resultater i 2022. Munchmuseets konservatorer har i tillegg deltatt ved flere faglig relevante arrangementer, både fysisk og digitalt.

Munchmuseet arrangerte i 2022 følgende arrangementer innen konservering:

- International conference MUNCH2022, *Understanding MUNCH and the art at the turn of the centuries: from the museum to the lab*, 21- 23. mars 2022, MUNCH, Oslo

Munchmuseet bidro i 2022 på følgende arrangementer:

- *Study of Asian papers used by Munch and review of mountings techniques* in Munch Museum. Workshop, 6.- 8. september 2022
- *Inpainting and loss compensation on paper* ved papirkonservatorene Rita Udina og Amparo Escolano, workshop i samarbeid med Nasjonalmuseet
- *Identification, conservation and preservation of photographs* ved papirkonservator Rita Udine og fotokonservator Jordi Mestre, workshop i samarbeid med Nasjonalmuseet
- *Artist Interview* ved VoCA (Voices in Contemporary Art, workshop på Zoom)
- *High viscosity PVA-Borax gels. A versatile tool for cleaning sensitive surfaces.* Masterclass med Andrea del Bianco og Augusto Giuffredi. Arrangert av 2021 Conservacao restauro i Porto, Portugal
- NO CHANGE workshop – 29th November 2022 – NTNU and MUNCH, Toppsalen at Munch museum in Oslo



## **IV. Kommunikasjon og markedsføring**

### **Presse og media**

Det er en interesse for MUNCH og Edvard Munch i Norge og i verden for øvrig. MUNCH har vært svært godt til stede i pressen hele første driftsår, og vi har vært godt synlige i viktige medier nasjonalt og internasjonalt. MUNCH har opprettholdt et høyt tempo med synlighet i mediene gjennom utstillingsprogram, anmeldelser av utstillinger, konserter og performance, Museet har hatt en rekke saker om det fantastiske besøkstallet, satsning på barn og unge, nye sponsorer og ikke minst innsettelse av ny direktør, Tone Hansen den 1. oktober. Internasjonalt ble utstillingen i Paris på Museum D'Orsay en stor suksess, hvor MUNCH og Edvard Munch virkelig fikk posisjonert seg i flere tyngre internasjonale medier, med dybdesaker om både om Edvard Munch, men også om MUNCH. Det ble også laget en helt egen dokumentar om Edvard Munch i den anledning, hvor også MUNCH fikk sentral rolle. Det var utelukkende gode anmeldelser av utstillingen og til sammen ble det over 320 presseoppslag internasjonalt. Det ble også arrangerte en pressereise i samarbeid med ambassaden i Paris.

I 2022 ble det arrangert 6 pressevisninger på museet i forbindelse med åpning av nye utstillinger. Vi hadde minimum 6 journalister til stede, og på det meste, 30. Utstillingen *Satyricon & Munch* er utvilsomt den utstillingen som har generert flest presseoppslag både nasjonalt og internasjonalt. Utstillingen brakte flere internasjonale medier til museet i perioden bestående av både kunst, kultur, dagspresse og musikkpresse. Utstillingen fikk også utelukkende gode anmeldelser, og den ble en enorm publikumsuksesspublikumssuksess. Utstillingen med Sandra Mujinga for *SOLO OSLO* genererte også stor oppmerksomhet i pressen både her hjemme og i flere internasjonale medier.

MUNCH hadde totalt i 2021, 5 375 presseoppslag til sammen nasjonalt og internasjonalt. Antall presseoppslag i 2022 (nasjonalt og internasjonalt) ligger på hele 6 326. Det viser at interessen er enorm, og vi opprettholder trykket etter åpning. I saker hvor Edvard Munch er nevnt i større eller mindre grad ligger i 2022 på 16 990, mot 16 850 i 2021. Oppgang i 2022 både på MUNCH som merkevare og Edvard Munch.

I norske medier har synligheten til både MUNCH og Edvard Munch økt. I 2022 ble det registrert 3 491 artikler med omtale av Munchmuseet i norske redaksjonelle medier, mot 2 780 i 2021. Edvard Munch ble i 2022 omtalt i større eller mindre saker 2 057 ganger, mot 1 367 ganger i 2021.

I 2022 ble det registrert 2 865 artikler med omtale av MUNCH i internasjonale redaksjonelle medier, mot 2 599 i 2021. Edvard Munch ble omtalt 14 900 ganger utenfor Norge i 2022, mot 15 531 i 2021.

Alt i alt er det oppgang i omtaler i Norge og internasjonalt på MUNCH, mens vi ligger omtrent helt likt på saker om Edvard Munch med en ørliten nedgang på rundt 600 omtaler.

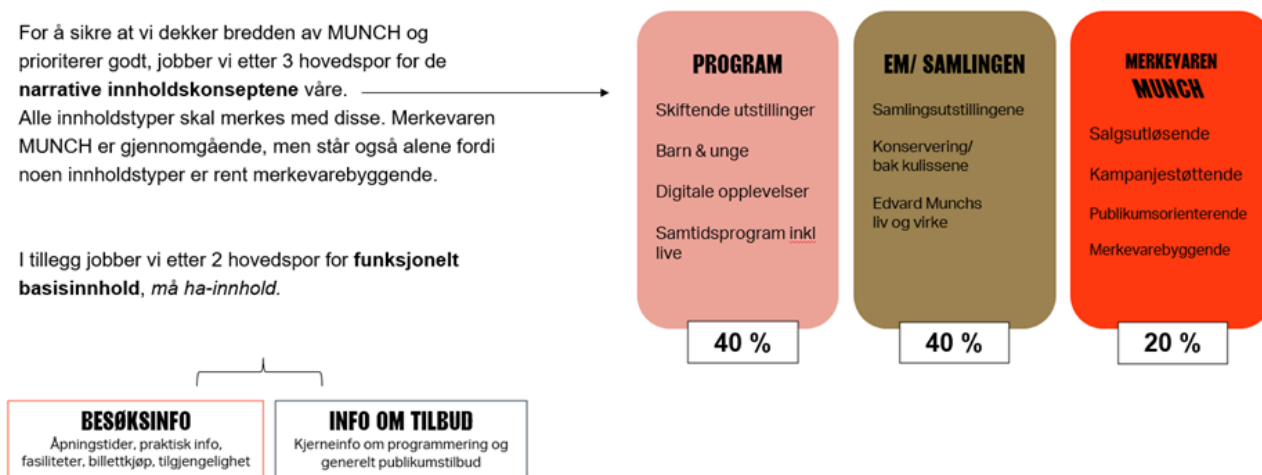
### **Digitalt innhold**

På slutten av 2021 ble digitalt innhold formalisert som et eget strategiområde, bestående av produksjonsteam fra formidlingsavdelingen og kanalansvarlige fra marked- og kommunikasjonsavdelingen. I 2022 har vi strukturert opp arbeidet og etablert de strategiske rammene,

konkretisert mål, KPIer og tiltak, satt fokus på gode synergier i kanalene og etablert effektive tverrfaglige samarbeidsprosesser.

Vi har totalt produsert 23 større videoproduksjoner i 2022, detaljert ut under formidlingsavdelingens produksjonsteam, som videre har blitt versjonert ut i ulike formater og uttak tilpasset kanal og formål, inkludert nettside, sosiale kanaler og fysiske skjermer i og utenfor museet. I tillegg har vi produsert en rekke landingssider og rike tekstsaker til nettsiden, og en rekke inhouse SoMe-produksjoner.

Hovedområdene som det produseres narrativt digitalt innhold til er 1) Program, 2) Edvard Munch og samlingen og 3) merkevaren MUNCH.



Eksempler på utstillingsrelaterte produksjoner fra 2022 er videoer knyttet til de to utstillingene i SOLO OSLO-serien, *I villskapens øye* og *Satyricon & Munch*. Tilknyttet Munch og samlingen har vi blant annet startet opp en ny satsing med videoserien *Hvem var Edvard Munch* og produsert en Munch-inspirert video med Amanda Delara, for å sette søkelys på Edvard Munch som inspirasjonskilde også blant dagens nye utøvende talenter. Den største satsingen under sporet merkevaren MUNCH er produksjonen *THIS IS MUNCH*, som tar for seg totalopplevelsen og alt MUNCH har å by på, og som har blitt brukt på alle museets digitale flater.

Fokus for 2022 har vært:

- Tydelig organisering, struktur og konkretisering av strategiske rammer
- Etablering av nye interne idé-, konseptutvikling- og prioriteringsprosesser
- Tverrfaglige samarbeid innad i strategiområdet og på tvers i museet
- Mangfold i representasjon i visuelt innhold, og i teamene bak og foran kamera
- Innholdsutvikling på målgruppenes og de ulike kanalens premisser
- Gode synergier på de ulike digitale flatene, med fokus på *The sweet spot* – der publikum/brukernes behov og ønsker sammenfaller med museets:

## Nettside

I MUNCHs første fulle driftsår i nytt museum har vi jobbet kontinuerlig med å tilpasse og optimalisere nettsidens funksjonelle innhold, for å sikre at vi svarer best mulig på

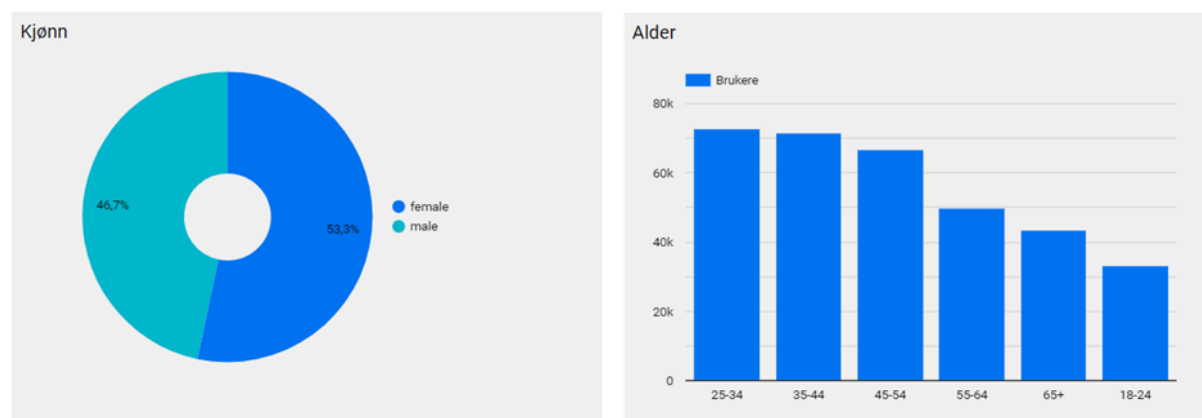
brukeroppgaver og orienterer godt rundt besøk. Vi har også gjort noe videreutvikling på plattformen, som ble lansert i 2020. I starten av 2022 gjorde vi noen justeringer på hovedmeny og navigasjon, basert på funn fra brukertest i slutten av 2021, og i tillegg har vi gjort noen kodeendringer for å forbedre universell utforming i forbindelse med formidlingsprosjektet i SOLO OSLO II, hvor vi laget en egen tilgjengelighetsguide tilpasset besøkende med synsnedsettelse. I starten av 2022 rullet vi også ut integrasjonen av samlingsdatabasen, med nytt brukervennlig grensesnitt, i tråd med museets visuelle identitet og som følger gjeldende krav til universell utforming. Arbeidet med å integrere billettløsningen tettere til nettsiden ble også startet opp i 2022, med lansering i 2023, hvor vi i tillegg til ny og bedre frontend på billettkjøp og nettbutikk får nye innholdsmoduler til fleksibel bruk på nettsiden.

I 2022 har vi også jobbet mer strategisk med narrativt innhold og ambisjonen om å bygge ut et berikende innholdsunivers relatert til programmeringen vår, kunstneren Edvard Munch, samlingen, og til museets fasiliteter og generelle tilbud.

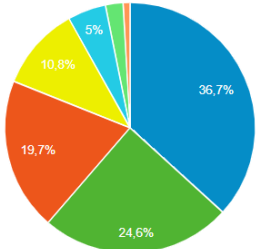
Vi har økt i både antall brukere og antall sidevisninger for året, og overgått rekordåret 2021.

	2022	2021	2020	2019	2018
<b>Brukere</b>	1 416 110	1 299 576	284 298	346 912	222 829
<b>Sidevisninger</b>	6 727 823	4 205 998	881 687	1 231 816	776 752

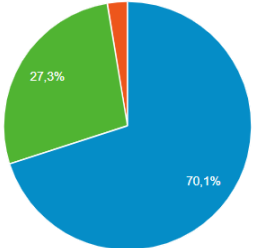
Blant brukerne har vi fortsatt en overvekt av kvinner (53 %), men trenden er stadig jevnere (2021: 55 %, 2020: 60 %, 2019: 64 %, 2018: 66 %). Vi ser også en jevnere spredning i alder enn tidligere, hvor gruppen 25-34 år fortsatt er størst.



Når det gjelder trafikklider og enhetsbruk ser vi også noen endringer. Organisk søk (37 %) er tilbake som den største trafikkdriveren, og mobilandelen fortsatt høy (70 %), dog ikke like høy som i 2021 (79 %).

1. Organic Search	658 678	36,75 %	
2. Direct	440 783	24,59 %	
3. Referral	353 367	19,71 %	
4. Social	194 056	10,83 %	
5. Paid Search	88 910	4,96 %	
6. (Other)	40 727	2,27 %	
7. Email	15 978	0,89 %	

1. mobile	985 066	70,05 %	
2. desktop	384 112	27,32 %	
3. tablet	37 041	2,63 %	

## Sosiale medier

I løpet av 2022 har vi fortsatt å satse på å øke vår synlighet på sosiale medier. Hovedfokus er å bygge merkevaren MUNCH, samt å gjøre Edvard Munchs kunst tilgjengelig for et globalt publikum. Et annet fokus har vært tverrfaglig arbeid på tvers av avdelinger, samt å lage innhold i form av videoformat.

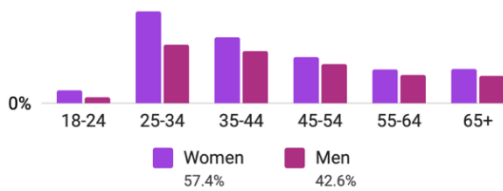
31.12 hadde museet totalt 508 588 følgere på Facebook, Instagram, TikTok, YouTube og Twitter. Dette er en økning på 4 % sammenlignet med 2021. Våre største kanaler fortsetter å være Instagram og Facebook, men vi har begynt å se på andre kanaler som TikTok. Det fremtidige målet er å øke andelen følgere innenfor aldersgruppen 18-44 år som er interessert i kunst og kultur. Vi har forsøkt å oppnå dette ved å produsere et publikumsorientert innhold som er «bite sized», underholdende og engasjerende.

I 2022 fortsetter Facebook å være topp plattformen som bidrar med 44,6 mill. rekkevidde, dette er en økning på 11 % sammenlignet med 2021. Instagrams rekkevidde er 27,6 mill., som er en økning på 36 %. Rekkevidden til Edvard Munchs Facebook-side økte med 223 %, som resulterte i en rekkevidde på 2,5 mill. Denne siden har blitt administrert helt organisk (uten betalt spon). På Instagram har engasjementet til aldersgruppen 18-24 år økt fra 8 % til 47 %, som er en økning på +39 %. Denne økningen tyder på at vi har lyktes med å tiltrekke unge voksnes interesse gjennom innholdet som har blitt laget i løpet av året.

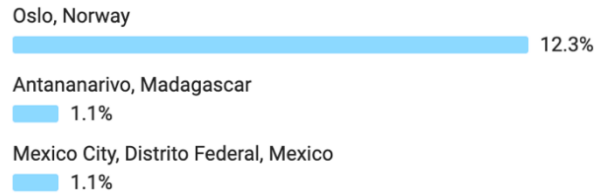
Et av hovedfokusene i 2022 var satsing på video, og det spesifikke målet var å øke tiden følgerne bruker per video med 50 %. Her har vi tatt flere grep i 2022 noe som har resultert i at 4,1 mill. mennesker som har sett mer enn 50%. Engasjementet økte med 53 %, delinger med +260 %, og andre reaksjoner økte med +105 % sammenlignet med 2021.

## Følgere organisk Munchmuseet – Facebook:

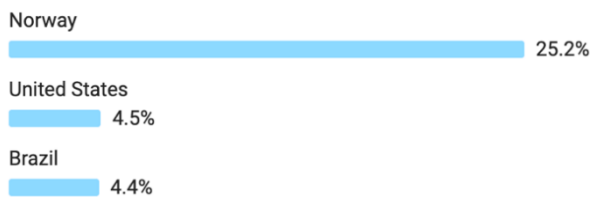
Age & gender ⓘ



Top towns/cities

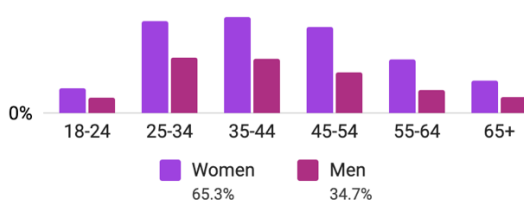


Top countries



## Følgere organisk Munchmuseet – Instagram:

Age & gender ⓘ



Top countries



Top towns/cities



## Betalt innhold Meta

Annonser i Metas annonsenettverk, samt sponsering av organisk some-innhold er viktige virkemidler for å nå museets målgrupper. Denne kanalen brukes både for rene annonser, innholdsmarkedsføring samt brukes for å spre innhold om Edvard Munch og hans kunst til mennesker som av ulike årsaker ikke kan besøke oss fysisk. For 2022 hadde vi satt hårete mål og klarte å nå de fleste. Her vil vi trekke frem en vanvittig økning i engasjement, samt andel videoer som er spilt av til 50 %. Det er gøy å se at MUNCH og Edvard Munch skaper så mye engasjement hos så mange mennesker over hele verden.

HVA	RESULTAT 2021	MÅL 2022	RESULTAT 2022
REKKEVIDDE	37 586 746	56 380 500	44 602 914
ENGASJEMENT	12 300 762	11 0276 100	22 321 942
THRUPLAYS	4 498 094	5 498 000	9 655 573
VIDEOAVSPILLINGER TIL 50 %	4 048 347	4 000 000	4 248 324

## Nyhetsbrev

Nyhetsbrev er en av museets viktigste og mest effektive kanaler ut mot publikum. Vi har tre ulike brev; ordinært, medlem og engelsk. I 2022 har vi økt basen med over 28 000 mottakere. Vi har klart å opprettholde gode åpnings-rater, men har gått noe ned på klikkrater i takt med økt mottakerbase. Dette er helt normalt, men vi må fortsette å jobbe med relevant innhold og hensiktsmessig hyppighet på utsendelse.

KPIER & RESULTAT 2022				
<b>NYHETSBREV NO</b>	<b>RESULTAT 2021</b>	<b>MÅL 31.12.22</b>	<b>RESULTAT 2022</b>	Antall mottakere 31.12.22: 39 945
NYREKRUTTERINGER	10 124	15 000	23 660	
SNITT ÅPNINGSRATE	47 %	45 %	55.2%	
SNITT KLIKKRATE	14 %	10 %	4.9%	
<b>NYHETSBREV ENG</b>	<b>RESULTAT 2021</b>	<b>MÅL.31.12.22</b>	<b>RESULTAT 2022</b>	Antall mottakere 31.12.22: 1 904
NYREKRUTTERINGER	412	5 000	1 904	
SNITT ÅPNINGSRATE	51 %	45 %	52.9%	
SNITT KLIKKRATE	15 %	10 %	7.3%	
<b>MEDLEMSBREV NO</b>	<b>RESULTAT 2021</b>	<b>MÅL 31.12.22</b>	<b>RESULTAT 2022</b>	Antall mottakere 31.12.22: 4 639  Mål 2022: 22 600 Resultat: 47 520
NYREKRUTTERINGER	2 999	2 600	3 104	
SNITT ÅPNINGSRATE	61 %	60 %	65.8%	
SNITT KLIKKRATE	16 %	15 %	9.6%	

IG balanse 31.12.21 er 23 787  
Mål UG balanse 31.12.22 er 46 387  
Tilsvare mål om 22 600 nyrekrutteringer i 2022

## Medlemsprogram

Munchmuseets medlemsprogram er et tilbud til de som er interessert i Edvard Munchs kunst og program forøvrig, og som ønsker å få et tettere forhold til museets aktiviteter. Medlemskapet koster 899 NOK og gir ubegrenset inngang for medlemmet og en gjest til alle utstillinger, førvisninger av utstillinger, rabatt på publikumsarrangement og produkter, samt et tilbud om ca. fem samtaler kun for medlemmer.

I 2022 ble det solgt 3 145 nye og 1 371 fornyelser. Museet nådde målet om 10 000 medlemmer i november, en akkumulert medlemsmasse hvorav 65 % hadde tegnet medlemskap innen åpningen av museet i oktober 2021. 2022 har derfor vært preget av et betydelig høyt sammenfallende forfall, totalt 6 851 forfalt innen utgangen av desember 2022. Museet har jobbet med digitalisering av salg og bruk av medlemstjenesten. Det har derimot vært utfordringer knyttet til systemer som direkte har påvirket nysalg, fornyelser og

brukeropplevelsen. Systemer forventes utbedret innen første kvartal av 2023. Medlemsmassen telte 4 610 medlemmer ved utgangen av 2022. Medlemmene hentet ut 50 000 billetter til utstilling og 8 000 til forvisning og arrangement.

### **Sponsorer og samarbeidspartnere**

Samarbeidet mellom kunst, kultur og næringsliv er viktig, og Munchmuseet har solide partnere som bidrar til gjensidig verdiskapning. Museets hovedsponsorer i 2022 er INPEX Idemitsu Petroleum Norge, Canica, Viking Cruises, Aker BP, Deloitte, Multiconsult og Polestar, samt støttespillerne Bergesenstiftelsen, Sparebankstiftelsen DNB, Talent Norge og Bank of America Art Foundation. Museet har også Avinor Oslo Lufthavn, Fritt Ord, Kulturrådet og Stiftelsen UNI som tilskuddspartnere.

Våre partnere er selskaper som jobber langsiktig og strategisk, er fremoverlente, de er opptatt av og investerer i bærekraft på flere områder, og de har et engasjement som vi verdsetter høyt. Gjennom økonomisk forutsigbarhet og kompetansedeling bidrar de til å styrke vårt samfunnsoppdrag, bidrar til at vi kan holde et høyt aktivitetsnivå, at vi kan tilgjengeliggjøre Munchs kunst for enda flere og totalt sett levere kunstopplevelser i verdensklasse for et bredt publikum både lokalt, nasjonalt og globalt, samt digitalt.

Munchmuseet har jobbet med å styrke profilen som et attraktivt sponsorobjekt, blant annet ved å synliggjøre virksomhetsområdene, nye satsinger og resultater inn mot attraktive målgrupper. Etter hvert som bredden i programinnhold, sponsorkonsepter og aktiveringsprogram tar form, legger dette til rette for både nye og eksisterende sponsorpartnere fremover. I tillegg bidrar museets profil, uttak i digitale kanaler samt pressesaker nasjonalt og internasjonalt positivt.

Museet benytter også LinkedIn i nettverks- og sponsorarbeid, og vi ser at det fungerer godt som en kanal for å vekke interesse, tydeliggjøre museets virksomhet og resultater på business- og fag-relaterte områder, og gjennom dette generere leads. Det siste året har antall følgere økt med 40 %, og vi har nå 3 747 følgere. Vi ser en økt interesse fra beslutningstakere/seniorer både nasjonalt og globalt. I tillegg følges potensielle partnere opp gjennom spesialtilpassede nyhetsbrev, møtevirksomhet, klassisk networking og oppfølging.

I samarbeidet med Avinor, som startet i 2018, leverer Munchmuseet en utstilling med to originale verk to ganger i året til OSL. På grunn av korona ble det en naturlig pause, men ny utstilling kom på plass i juni 2022 med verkene Maleri: *Solbadere* (1915) og Litografisk sten: *Stoffveksling* (1916), og ble lansert med pressemelding og konkurranse i sosiale medier hvor man kunne vinne inngangsbilletter til MUNCH. Etter korona har antall reisende økt slik at i 2022 har flere fått oppleve Edvard Munchs kunst allerede ved ankomst til Norge.

Forøvrig har vi en lang liste samarbeidspartnere: Aktivitetshuset K1, Andreas Engesvik og Jonas Stokke, Bjørvikforeningen, CAFA, China Academy of Fine Arts, Cappelen Damm Forlag, Centre for Art Technological Studies and Conservation, Danmark , CNR-INSTM, MOLAB, Italia, CNRS-Louvre, MOLAB, Frankrike, Color Line, CGI Consortium, Università degli Studi di Firenze, Cultural Heritage Agency of Netherlands, Nederland, Den kulturelle skolesekken, Det statlige Tretjakov-galleriet, Edvard Munch videregående skole, Eller med a, estudio Herreros, , Getty Conservation Institute, Grand Hotel, H. Aschehoug & Co, Hercules Centre – Evora University, HiOA – Fakultet for samfunnsvitenskap, HiOA – Fakultet for teknologi, kunst og design, Institutt for maskin, elektronikk og kjemi, Innovasjon Norge, Institutt for arkiv-, bibliotek- og informasjonsfag, Jassbox, Jennifer Mass & Co, Bard College, Kagge forlag/J.M. Stenersen forlag,

King Abdulaziz Center for World Culture (Ithra), Kirkens Bymisjon, KODE, Kulturtanken, Kunsthall Oslo, Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen, Labwerk, Landing – stedsspesifikk scenekunst, Magne Magler Wiggen/mmv arkitekter, Manthey Kula arkitekter, Marmottan Monet Museum, Mercatorfonds, Ministry of Culture, Government of the Republic of India, Munchstedene: Fredrikstad kommune, Horten kommune, Kragerø kommune, Løten kommune, Moss kommune, Vestby kommune, Vågå kommune og Edvard-Munch-Haus Warnemünde, Nasjonalmuseet for kunst, arkitektur og design, Nazionale di Ottica, CNR-INO), Italia, Next Game, Next Signal, North design, London, Norwegian Russian Chamber of Commerce, NTNU – Color Science Laboratory, Nydalen videregående skole, Opificio delle Pietre Dure, Archlab, Orfeus Forlag, Oslo kulturskole, Oslo Pride, Oslo S Utvikling, Oslo-Filharmonien, Queen Sonja Print Award, Ramme Billedgalleri, Røde kors, SAS Group, Shanghai Museum, Skeiv Verden, Skira, Snøhetta, Sparebankstiftelsen DNB, Statens Museum for Kunst, Stiftelsen Edvard Munchs Atelier, Supervisuell – Tegnspråklig filmproduksjon, Teknisk Museum, Thames & Hudson, The Arts+, Frankfurter Buchmesse, The British Museum, The GIFT-project, The Japan Norway Society, The National Institute of Optics, Thon Hotels, Università di Napoli Federico II, University of Chemical Technology, Utenriksdepartementet, Vilhelm Christensen, VisitNorge, VisitOslo, Visit Oslo region, Werner Murrer Rahmen, Xynteo Exchange og Øyafestivalen, Studentskibnaden i Oslo (SiO), Clarion Hotel Oslo, Sommerro House, The Thief, Grand Hotel, Hotel Continental Hva med samarbeidspartnere til live arr?

### Sponsor- og relasjonspleie

I 2022 har Munchmuseet jobbet enda mer målrettet med aktivering av sponsoratene. Hovedmålet er å etablere sterke og gjensidige samarbeid med sponsorene og skape merverdi for våre partnere. Dette har vært mulig takket være det nye huset som åpner for mange flere aktivitetsmuligheter og en organisasjon som har forsterket og utvidet sine kompetanser og kan skape relevant og kreativt innhold.

I 2022 har våre sponsorer **IIPN, Deloitte, Aker BP, Multiconsult, Polestar** hatt anledning til å ta i bruk museets arrangementslokaler for deres konferanser, seminarer og møtevirksomhet. I forbindelse med disse arrangementene leverer Munchmuseet innhold som omvisninger, foredrag og performance både i standard format og som skreddersøm. Under arrangementene får gjester anledning til å besøke utstillingene, bruke vår catering tjenester og besøke våre spisesteder.

Munchmuseet har også tatt imot en rekke relasjoner til arrangementer og omvisninger. Det er både nasjonale og internasjonale kunstmuseer og andre museer, norske og utenlandske politikere ifm. offisielle besøk og andre profesjonelle aktører fra kunst- og kulturlivet nasjonalt og internasjonalt. Totalt var det 85 slike arrangementer i 2022.

Utstillingsåpninger organisert ifm. nye utstillinger er viktige arenaer for å ta imot våre partnere og relasjoner og promotere nye utstillinger nasjonalt og internasjonalt. I 2022 var det totalt 10 utstillingsåpninger der sponsorer var invitert.



### **Viking Cruises**

Viking Cruises har hvert år mange seilinger til Norge og Oslo. MUNCH tar imot passasjerer fra skipene til omvisninger i utstillingene *Munch uendelig* og *Munch Monumental* og til eksklusive *behind the scenes* opplevelser for mindre grupper. Som følge av krigen i Ukraina hadde Viking kansellert alle sine ruter i Øst-Europa og erstattet de med flere ruter til Oslo. Museet tok imot Viking passasjerer på 22 datoer mellom april og oktober 2022, med i snitt to omvisninger på hver dato.

Viking.tv er en viktig del av samarbeidet mellom Munchmuseet og Viking. Kanalen har et stort publikum på 25 mill. personer, hovedsakelig engelsktalende (i USA og UK). Munchmuseet har produsert tre digitale omvisninger for Viking TV. Det var en omvisning om bygget, en om *Munch uendelig* og en om *Munch Monumental*.

### **Talent Norge og Canica**

Talent Norge og Canica er støttespillere for Munchmuseets talentutviklingsprogram. Munchmuseet inviterer både Talent Norge og Canica til å følge med programmets arbeid og utvikling. Det består av en utstillingsserie *SOLO OLSO* med totalt 5 utstillinger. De to første utstillingene var en del av utstillingsprogrammet i 2022. Ifm. med disse to utstillingene har begge partnere blitt invitert til å delta i møter med talentene og prosjektgruppen fra MUNCH, studibesøk hos kunstnere og arrangementer knyttet til utstillingene (presse, åpning, seminarer, samtaler).

### **Bergesenstiftelsen**

Stiftelsen støtter to prosjekter som fortsatt er under arbeid: en ny biografi om Edvard Munch og konserveringsarbeid av 7 Munch-verk. Styret i stiftelsen blir invitert til møter et par ganger i året med konserveringsteamet for å vite mer om pågående arbeid med konservering av de 7 verkene. I tillegg hadde stiftelsen finansiert innkjøp av en Steinway & Sons konsertflygel mod. D-274, en av verdens mest prestisjetunge konsertflygel. Flygelet ble innviet med hele styret tilstede, med en flott opptreden av Leif Ove Andsnes.

### **Nettverk for Munch-stedene**

Munchnettverket består av ni steder i Osloregionen som Edvard Munch hadde tilknytning til i løpet av sitt liv. Nettverkets mål er å øke antall besøkende ved å utvikle og formidle opplevelser i Munchs fotspor ved å gi mulighet for å oppleve stedene han levde og arbeidet. I løpet av 2022 har nettverket videreutviklet produktene, og presentert det for reiselivsbransjen nasjonalt og internasjonalt gjennom Innovasjon Norge og Visit Oslo Region, og i direktekontakt med B2B-markedet. Blant annet ble franske turoperatører spesialisert innen kultur invitert til en egen workshop på Musée d'Orsay i etterkant av åpningen av Munch-utstillingen. Til forbruker så markedsføres opplevelsene gjennom kampanjer med Visit Oslo Region og Innovasjon Norge.

Munchnettverkets arbeid har styrket stedene til å ta imot besøkende, og i 2022 ble det utarbeidet forslag til tre turer til Oslo Nord, Oslo Sør og en kulinarisk tur rundt Oslofjorden for å gjøre stedene attraktive og lett tilgjengelige å booke. Tilbudet finnes på nettstedet [www.munchinosloregion.com](http://www.munchinosloregion.com).

Nettverket fikk i 2019 innvilget støtte fra Sparebankstiftelsen på 4,7 mill. Dette har blitt benyttet til skilting og formidling på hvert enkelt sted, slik at Munchstedene fremstår mer helhetlig og gjenkjennelig for de besøkende. Skiltene ble ferdigstilt og montert i 2022. Nettverket har også utviklet formidlingsprosjektet *Munch LÆR*, en digital læringsplattform for ungdomsskoletrinnet som ble implementert i 2022, <https://munchlaer.no/>. Støtten omfattet også et profileringsprosjekt med fokus på Munch & Mat. Det ble i 2021 inngått et samarbeid med Oslo MET for å forske på Munchs betydning for stedene, og arbeidet ble påbegynt i 2022.

### **Color Line**

Munchmuseet har gjennom mange år arbeidet med Color Line for å tilrettelegge besøk til museet, og tyske besøkende stod for den største andelen internasjonalt besøkende i 2022 med 18 %. Etterspørselen har økt etter at det nye museet åpnet, og i 2022 ble det gjennomført et testbesøk for 100 passasjerer med presentasjon på tysk og besøk i utstillingene. Dette resulterte i utarbeidelse et fast skreddersydd produkt for deres passasjerer.

### **Clarion Hotel Oslo**

Hotellet er nabo med MUNCH, og vi har et tett samarbeid om å inspirere deres gjester til å besøke MUNCH. Dette gjøres gjennom deres ansatte i resepsjonen og nettside. I tillegg lager de kampanjer i nærmarkeder som Göteborg, Stockholm, København, og utvalgte byer i Tyskland.

### **SiO ( Studentskibnaden i Oslo)**

Organisasjonen kommuniserer med alle studentene i Oslo, nærmere bestemt mer enn 70 000. Munchmuseet inngikk et samarbeid med SiO i 2022 for å kommunisere målrettet mot unge voksne som er en strategisk viktig målgruppe for museet.

### **Museumsbutikk**

Butikken i Bjørvika hadde i 2022 nettoomsætning av varer på 25,0 mill., akkurat på budsjett. Snittkjøpet per besøkende har vært noe lavere enn på Tøyen, med en nedgang til 29,4 kr per besøkende. Dette kommer bl.a. av at butikken har en noe dårligere plassering med tanke på kundereisen enn på Tøyen. Det arbeides videre med tiltak for å trekke flere besøkende inn i butikken og å tilpasse produktsortimentet. Det har vært en markant økning i salg av varer utviklet mot vår konseptuelle målgruppe, eksempelvis bomullsnett.

Bestselgere i 2022:

- Postkort
- Magnet Skrik
- Reproduksjoner
- Viskelær Frost
- Blyant Munch

### **Nettbutikk & B2B**

Omsetningen nettbutikken endte på omtrent 0,7 mill. i omsetning. i 2022. En større oppgradering av nettbutikk og butikkdata ble igangsatt høsten og effekt av dette vil først være synlig i 2023.

### **Serveringssted Muma**

Museets serveringspartner Muma leier lokaler av Munchmuseet og har ansvar for serveringsvirksomheten.

I MUNCH deli & kafé på bakkeplan kan man slå seg ned for en kaffe og hjemmebakst både inne og på terrassen mot sjøen. Her serveres sandwicher, varmretter og fersk sjømat både til lunsj og middag.

I toppetasjen finner du cocktailbaren Kranen, som byr på fantastisk utsikt over Oslo. Baren har også servering på byggets lune takterrasse, hvor man under åpen himmel kan observere alt som skjer i fjordbyen i fugleperspektiv.

Bistro Tolvte, som ligger i muséets 12. etasje, lener seg på kontinentale tradisjoner med et avslappet smil. En slags europeisk bistro sett gjennom rause amerikanske briller. På menyen finner du blant annet østers, tartar, og full à la carte-meny.

### **Utleie**

Til tross for at Covid-restriksjoner hindret booking og gjennomføring av arrangementer i første og andre kvartal, var Munchmuseet vertskap for 40 utleie-arrangementer i 2022 med til sammen 4 500 deltakere. Omsetningen var på kr. 3,8 mill. i lokalleie, med et resultat på 2,1 mill. Tallene bekrefter en sterk interesse for MUNCH som arrangementsarena og viser at vi er i stand til å levere lønnsomme arrangementer som bidrar til museets egeninntjening. Mesteparten av utleiearrangementene består av kurs og konferanser for forretningskunder, men museet ble også brukt til større arrangement som f.eks. premierfesten for filmen *Olsenbanden Siste Skrik* og Fredspriskonserten. Museet ble også brukt som opptakssted for en scene i den kommende italienske spillefilmen *Una gran voglia di vivere*.

### **Publikasjon**

Munchmuseet har arbeidet videre med satsningen på publikasjoner og distribusjon av bøker, og har i 2022 utgitt 9 nye titler, og til sammen 19 utgivelser på forskjellige språk. Utgivelsene spenner fra barn, turist og til den mer tradisjonelle kunstboken. Vi har i tillegg hatt spennende samarbeid med Musée d'Orsay i forbindelse med utstillingen i Paris hvor vi både leverte på engelsk utgave av Orsays katalog, solgt rettigheter til den franske sitatboken vår til Orsay hvor de har et opplag på 13 000 bøker, samt solgt rettigheter for engelsk utgave til Thames & Hudson (4000 eksemplarer). Dette medfører en stor distribusjon og synlighet for våre utgivelser både på det franske markedet og verdensmarkedet via Thames & Hudson da vår logo er tilstede på alle eksterne utgivelser.

Museumsbutikken har stått for nesten 12 000 solgte bøker hvor vi er utgiver. Internasjonalt har vi distribuert ca. 6 500 bøker, og i tillegg kommer rettighetssalget som nevnt over.

Vi vant Gull i Åpen Klasse i Årets vakreste bøker 2022, for ~~bare et øyeblikk~~, og boken har også blitt nominert i kåring til Verdens vakreste bøker (avgjørelsen kommer i mars 2023). For *Uendelig* vant vi Sølv i klassen Fotobøker/Kunstabøker, samt ble nominert til shortlist for Stiftung Buchkunst sin nominering av 2022s vakreste bøker. Det var over 1 000 innsendte bøker, og 30 stk ble satt på shortlist. Prisene og nominasjonene bidrar til stor synlighet på bokmesser hvor de da blir utstilt, vi får oppmerksomhet i designmiljøet som igjen bidrar til at vi kontaktes for mulige samarbeid.

I 2022 publiserte Munchmuseet følgende utgivelser:

- *I villskapens øye*. Boken ble utgitt på både norsk og engelsk i forbindelse med utstillingen på MUNCH.
- *Uendelig* ble utgitt i både engelsk softcover og norsk innbundet i 2022, i 2021 kom norsk softcover. Ulike formater treffer ulike kundegrupper og boken har solgt svært godt både på norsk og engelsk.
- *Kan hende er det vakkert*. Kunstsamleren Rolf Stenersen var et samarbeidsprosjekt mellom KODE og Munchmuseet, der Munchmuseet er ansvarlig utgiver. Boken ble utgitt i forbindelse med utstillingen som var våren 22 på MUNCH og vår 23 på KODE. Boken kom også i engelsk utgave.
- *Brikker* ble utgitt på engelsk også. Boken ble utgitt i samarbeid med Sparebankstiftelsen og KODE, med Munchmuseet som ansvarlig utgiver.
- *Marianne Bratteli. Retrospektiv 1978-2021* (tospråklig utgave) ble utgitt i 2022 av Munchmuseet for salg i forbindelse med utstillingen som først åpnet på Telemark kunstgalleri. Utstillingen åpner på MUNCH i april.
- *Satyricon & Munch*. Fotobok av fotograf Morten Andersen. Boken ble utgitt i norsk og engelsk utgave i forbindelse med utstillingen våren 22.
- *Edvard Munch. Love, Life and Death*. Utgitt av Munchmuseet i forbindelse med utstillingen på Musée d'Orsay høsten 2022. Boken solgte godt i Paris og vi har videresolgt rettighetene for denne boken til Thames & Hudson. De skal utgi deres versjon høsten 23 for salg i hele verden.
- *Edvard Munch. Pop-Ups* kom på både norsk og engelsk senhøsten 22, en bok som retter seg mot barn. Det er en rekke pop-ups av Munchs mest kjente verk med tekst av Bjørn Arild Ersland.
- *Ingen har sett det du ser*. En tegnebok med korte tekster av Lene Ask. Boken er utgitt på norsk, engelsk, tysk og fransk.

Munchmuseets publikasjoner opplever stor interesse internasjonalt. Med god internasjonal distribusjon gjennom Thames & Hudson når vi bredt ut. Nasjonalt er det etablert god distribusjon

i samarbeid med Kontur forlag.

## **V. Forskning, utvikling og innovasjon**

Gjennom en strategisk og systematisk satsing på forskning, utvikling og innovasjon (FoUI) øker MUNCH sin evne til å skape verdi for publikum, stakeholders og for samfunnet. Satsingen tydeliggjør Munchmuseets posisjon som en nyskapende aktør i den internasjonale museums- og kunstsektoren, og bidrar til økt eksternt samarbeid og finansiering. Dette er avgjørende for at vi skal kunne fylle våre grunnleggende oppgaver som et museum, det å forvalte, forske på og formidle samlingene til Oslos befolkning, og til et økende internasjonalt publikum.

Munchmuseet har i 2022 etablert et nytt strategiområdet for forskning, utvikling og innovasjon (FoUI), ansatt en leder for området med forsknings- og innovasjonskompetanse, og etablert et kjerneteam og arbeidsgrupper. Vi har fått på plass en strategisk plan, FoUI Policy 2022-25, som setter mål og rammer for arbeidet. En systematisk og virksomhetsspennende tilnærming til forskning og innovasjon setter oss i stand til å øke vår kapasitet og er nøkkelen til at vi når våre strategiske mål. Dette krever en strukturell utvikling av våre FoUI aktiviteter, fagmiljø, kompetanse, ressurser og tid. Det krever også økt tverrsektorielt samarbeid, både i museumsnettverket og mellom museene, forskningsmiljøer i kunnskapssektoren og næringsliv.

### **Utvikling av Edvard Munch Centre for Advanced Studies**

I tillegg til Munchmuseets strategiske og systematiske arbeid med å drive fram forskning, utvikling og innovasjon i sin kjernevirksomhet, har vi ansatt en senterleder for et nytt forskningssenter på MUNCH. Senteret har i dag arbeidstittelen Edvard Munch senter for avanserte studier/Edvard Munch Center for Advanced Studies (EMCAS). Senterlederen har bred erfaring fra kunnskapssektoren, og en spesialisering innen kunsthistorisk forskning og Edvard Munch. Dette er en strategisk satsing som bygger MUNCHs posisjon som ledende innen forskningen på Edvard Munch.

### **Forskningsprosjekter og resultater 2023**

Munchmuseet skal forske på museets samlinger, Edvard Munchs kunst og på andre relevante museale problemstillinger. Vår kunsthistoriske forskning foregår i hovedsak innen grunnforskning på Edvard Munchs kunst og liv og anvendt forskning rettet mot utstillingsprosjekter og publisering. Vi utfører også forskningsforberedende arbeid blant annet i forbindelse med katalogisering av samlingen, og vurdering, inkludert dokumentasjon, av ukjente mulige verk av Munch. Arbeidet er med på å åpne nye perspektiver og å styrke vår posisjon som ledende innen forskning på Edvard Munch. Samtidig skaper det kunnskapsgrunnlag som står sentralt i utviklingen av vårt utstillingsprogram.

Forskning innen konservering gjør det mulig å støtte et langsiktig program for forskningsaktiviteter som belyser de viktigste behovene til museets samling. Vår forskning innen konservering fokuserer på å generere ny kunnskap rundt materialer brukt av Munch, som kan anvendes i bærekraftige løsninger for bevaring og beskyttelse av våre samlinger på lang sikt. Samtidig utvikler Munchmuseet nyskapende og tverrfaglig forskning på tvers av konservering og andre fagområder, som fremmer nye metoder, kunnskap og digitale verktøy. Det inkluderer

forskningsaktivitet, som er med på å utvide tilgangen til kulturarv og kunst for en bredere integrering med samfunnet.

Vår forskningsaktivitet responderer også til nye behov og praksis innen formidling og andre relevante museale problemstillinger. Det har i lang tid foregått et paradigmeskifte i museer, hvor fokuset har beveget seg fra objekt til publikum, men ofte er den praksisbaserte kunnskapen underprioritert ift. den objektbaserte. Munchmuseet skal prioritere å synliggjøre praktikerens arbeidsprosess, motivasjon, kunnskapssyn og metoder i en forskningskontekst. Vi har derfor en satsing på «practice as research» (Pringle, 2019), som skal fremme nye forståelser om praksisbaserte forskningsmetoder og begreper innen kuratering, utstillingsdesign og kunstformidling.

### **Finansierte forskningsprosjekter 2022**

Munchmuseet har en ambisjon om å øke antall forskningsprosjekter og resultater vi utvikler gjennom eksterne samarbeid og finansiering. Tverrfaglig og tversektorielt forskningssamarbeid med forskningsmiljøer i kultursektoren, kunnskapssektoren og privat næringsliv er avgjørende for å øke vår forskningskapasitet og kunnskapsgrunnlag.

#### **PERCIEVE (Perceptive Enhanced Realities of Colored Collections through artificial Intelligence and Virtual Experiences), HORIZON EU, 2023-2025**

PERCIEVE-prosjektet tar utgangspunkt i bevaring og formidling av originale fargeuttrykk i kunstverk gjennom en tverrfaglig tilnærming som fremmer digitale verktøy hos forskere og kulturinstitusjoner og skaper et rammeverk for digital rekonstruksjon av det originale fargeuttrykk. Prosjektet tar sikte på å utvikle en ny designteori og -praksis for virtuell og utvidet virkelighet, både lokalt og digitalt, og i samarbeid med kreative næringer innen spill og film, for derved å utvide tilgangen til kulturarv og kunst for en bredere integrering med samfunnet.

#### **MOLAB and FIXLAB Transnational Access (TNA), med HIPERION-HS Network, for the project: Colour changes in munch paintings and study of the artist's painting materials, pågående**

Prosjektet er et samarbeid med IPANEMA Synchrotron Facility in Paris og University of Ljubljana gjennom HIPERION-HS Network. MUNCH fikk i fire uker tilgang til MOLAB (mellom september og november 2021) for å analysere fem malerier fra Munchs Warnemunde-periode. Materialer fra tre malingstuber (ultramarine, koboltblå og red lakes) analyseres ved IPANEMA synchrotron facility i Paris (France) og University of Ljubljana (Slovenia). Samarbeidet og datanalyse fortsatte videre i 2022.

#### **HZB (Helmholtz Zentrum Berlin) proposal no. 213-12114 of access to Bessy line (synchrotron facility) in Berlin**

Prosjektet utfører analyse av malingsprøver fra Munchmuseets samling av malerier og malingstuber ved høypresisjon SRFTIR-spektroskopiske data i FAR- og MID-IR-regionen.

Prosjektet mottar indirekte finansiering ved at prosjektet får fri tilgang til analyser og data fra HZB.

### **PhD-samarbeid med IT-Universitetet i København**

Vi har etablert en langsiktig relasjon til IT-Universitetet i København gjennom to samfinansierte PhD-utdannelse innen interaksjons- og digitaldesign. Gjennom samarbeidet ønsker Munchmuseet å øke forsknings- og designkompetansen internt på museet, med en spesialisering innen immersive museumsopplevelser. Gjennom det første PhD-samarbeid, etablert i 2021, bidro kandidaten, Christian Sivertsen, inn i publikumslabben og den immersive opplevelsen, *Giftig*, installert på MUNCH i 2021. Ny doktorgradsstudent, Piyakorn Koowattanataworn, har startet opp i 2022. Kandidaten vil utforske hvordan teknologi kan brukes til å skape følelsesmessig og sanselig opplevelser i en museumssammenheng. De forventede resultatene er prototypeopplevelser og vitenskapelige artikler, som vil bli formidlet til et bredt spekter av publikum. Munchmuseet stiller med bi-veileder (Nikita Mathias) i prosjektet.

### **NySnø, forskningssamarbeid med OsloMet AI Lab**

Munchmuseet og OsloMet AI Lab samarbeider på forskning og utvikling av Maskinlæringsmodeller (ML) for formidlings- og forskningsprosjekt, *NySnø*. OsloMet bidrar med en forskningsassistent til en verdi av 100 % av et årsverk i 6 måneder. I tillegg til veiledning og forskningstilrettelegging fra professor Henrik Lieng og Leder for Oslo et AI Lab leder Gustavo Mello.

## **Oppsummerte forskningsresultater 2022**

Formidling av Munchmuseets forskning og annen faglig kunnskap er en viktig del av vår ambisjon, og av vårt samfunnsansvar. Vi skal engasjere og formidle gjennom vitenskapelige, faglige og samfunnsrelevante publikasjoner, presentasjoner og samtaler, på tvers av sektorer, og til et bredt og mangfoldig publikum. Munchmuseet har produsert 13 vitenskapelig publikasjoner og 28 publikasjoner på andre faglige og samfunnsrelevante fora. Vi har holdt 31 presentasjoner på vitenskapelig konferanser og 38 foredrag, samtaler og debatter på fag- og samfunnsrelevante arrangementer, i Norge og Europa.

Munchmuseet har levert et digitalt forskningsseminar og en internasjonal konferanse i 2022, som en del av vår ambisjon for kunnskapsdeling og forskningsformidling. Digitalt delingsforum for *Scream* prosjektet, utviklet med Hercules Center ved Evora University i Portugal, ble holdt 15th februar 2022. Tema var *Model samples and modern reference materials collections – their use in conservation research*. Seminaret formidlet resultatene fra det 3-årig forskningsprosjektet. Seminaret, som hadde 50 deltagere, ble moderert og presentert av Irina Sandu med Petra Pettersen, Ana Margarida Cardoso and Sara Valadas fra Munchmuseet. I mars 2022 arrangerte Munchmuseet den internasjonale tverrfaglige forskningskonferansen, *MUNCH2022*, ledet av, Irina Crina Anca Sandu. Konferansen fant sted på MUNCH og digitalt, med 69 presentasjoner fra 150 deltakere fra ca. 20 land. Konferansen resulterte også i en spesialutgave i *International Journal of Conservation Science*, med 22 artikler valgt fra konferansepresentasjonene.

Nedenstående tabell viser antall forskningspublikasjoner i 2022:

<b>Vitenskapelige publikasjoner</b>	Antall
Vitenskapelige artikler hovedforfatter/eneforfatter	6
Vitenskapelige artikler medforfatter	5
Vitenskapelige bokkapitler	3
<b>Andre faglige publikasjoner</b>	
Andre faglige katalogtekster	7
Andre faglige artikler/innlegg i avis, magasin, nettsider e.l.	21
<b>Vitenskapelige presentasjoner</b>	
Vitenskapelige hovedforedrag (keynote)	4
Vitenskapelig konferanseinnlegg (paper/poster/book of	27
<b>Andre faglige presentasjoner</b>	
Foredrag/samtale/debatt	38

## **MUNCHs Innovasjonsprosjekter og samarbeid i 2022**

Munchmuseet skal respondere på teknologiske og kommersielle muligheter, forankret i brukerinnsett, ved å tenke nytt rundt produkter, forretningsmodeller og marked. Vi vet at publikum forventer museumsopplevelser som er relevante og som skaper rom for interaksjon og deltakelse. Dette krever at vi evaluerer og itererer eksisterende opplevelser og produkter, utvikler og tester nye med våre brukere og ikke-brukere. Her er både innsamling, analyse og bruk av innsikt kritisk. I 2022 har Munchmuseet jobbet aktivt med å kartlegge behov for systemer, prosesser og verktøy for innsiktsarbeid. Vi har også prioritert å utvikle vår innovasjonskompetanse og prosesser. Vi er samtidig avhengig av ekstern kunnskap og finansiering for å øke vår innovasjonskapasitet. Vi jobber derfor med å utvikle strategiske og langsiktige samarbeid, med ledende internasjonale aktører, på tvers av kultur-sektoren, kunnskapssektoren og privat næringsliv. Her har et tett samarbeid med vår hovedsponsor, Deloitte, åpnet nye muligheter og økt vår evne til å innovere.

### **Nye Digitale Forretningsmodeller**

Den akselererende veksten i teknologisektoren og den raskt voksende brukeradopsjonen har skapt en mulighet for nye kulturopplevelser og inntjeningsmodeller. Munchmuseet har i 2022 kjørt en innsiktsbasert mulighetsstudie som skal identifisere, utforske og validere nye forretningsmodeller innenfor digitale opplevelser, produkter og tjenester internasjonalt – med formål om å besvare vår hypotese om at det ligger et uforløst potensial til økt egeninntjening i det internasjonale markedet. Som en del av kartleggingen samarbeider Munchmuseet med Handelshøyskolen BI og kurset *BI Global Innovation Challenge*, der 36 internasjonale MA studenter fikk mulighetsstudiets problemstilling som case. Universitetet i Oslo (UiO) og masteren *Screen Cultures* har i 2022 hatt en masterstudent i praktikantstilling på Munchmuseet med fokus på innovasjon innen dette mulighetsrommet.



### **MUNCH Publikumslab og prototyping av museumsopplevelser**

For å gjøre våre samlinger relevant, og for å møte framtidens publikum, er det ikke nok å fortsette i samme spor. Vi vet at vårt publikum, spesielt barn og unge voksne, ønsker seg interaktive og deltakende kunstopplevelser, som krysser det fysiske og digitale. Dette krever nyteknisk, forståelse av nye teknologier og eksperimentering. I februar 2021 ble MUNCH Publikumslaben etablert for å innovere teknologibaserte opplevelser grunnet i brukerbehov. Opplevelsene skapes i Edvard Munchs eksperimentelle ånd, og for et mangfoldig publikum på forskjellige fysiske og digital flater. Det tverrfaglige teamet bak *MUNCH Publikumslab* samarbeider med kunstnere, designere, forskere og finansieringspartnere og publikum (brukere og ikke-brukere). Publikumslaben har som mål å engasjere og invitere publikum inn til å ta del i å skape nye sterke og relevante museumsopplevelser. Samtidig fungerer Laben som et verktøy for brukersentrert utvikling, på tvers av fagfelt og formater.

I 2021 utviklet og lanserte Publikumslaben den omsluttende og interaktive opplevelse, *Giftig*, som skapte høyt engasjement blant unge voksne. I 2022 har Laben vært i gang med en ny utvikling, *Nysnø*, som er en 'next generation' interaktiv opplevelse hvor du tegner i dialog med en kunstig intelligens, trent til å tegne som Munch. *Nysnø* er basert på den digitaliserte samlingen av Edvard Munchs tegninger. Dette datasettet er råmateriale og treningsdata til en kunstig intelligens. Prosjektet er utviklet i samarbeid med det anerkjente kunstneriske studioet Random International, OsloMet Ai Lab, IT Universitetet i København og arkitektfirmaet Torsteinsen Design. MUNCH vil i 2023 ta *Nysnø* fra prototype til produkt for et nasjonalt og internasjonalt publikum, på MUNCH i Oslo, og på festivaler, museer, og utstillinger internasjonalt.

### **Munch Ung Designaktivister og nytt sysselsettingstiltak, Ung CREW**

Gjennom et innovasjonsprosjekt utviklet med Stimulab-midler i 2021, har MUNCH initiert en ny satsing for å nå unge ikke-brukere. I samarbeid med *Ung Jobb*, i Bydel Gamle Oslo, har vi i 2022 ansatt to nye puljer med designaktivister (6-8 ungdommer og unge voksne, 14 – 18 år). De har vært ansatt som eksperter på å være ung og som premissgivere for hva et museum skal være, i samarbeid med vår satsing, *MUNCH Ung*. Evalueringen fra arbeidet demonstrerer at prosjektet har vært en suksess i å åpne opp museet og gjøre vårt program relevant. Det har også skapt tilhørighet, mestring, arbeidserfaring og nye jobbmuligheter for våre designaktivister. Vi har samtidig lært at det er mange flere unge som ønsker arbeid, og at våre unge designaktivister ønsket seg videre arbeid etter avsluttet kontrakt.

Munchmuseet har derfor vært med på å initiere et nytt samarbeid, *Ung CREW*, med *Ung Jobb BGO*, Bjørvikaforeningen, Operaen og Deichmann. I 2022 ble 20 unge mellom 16 – 19 år ansatt. (To av våre MUNCH-designaktivister fikk videre arbeid gjennom denne satsingen). Gjennom dette samarbeidet har vi åpnet opp våre aktiviteter og institusjoner slik at ungdom/unge voksne har fått bred arbeidserfaring i kultursektoren. *Ung Jobb BGO* med Bjørvika Foreningen har vært ansvarlig for kontrakter, opplæring og betaling. Kulturorganisasjonene har skapt rom til mestring og arbeidserfaring. Initiativet har så langt vært en suksess, og blir videreført inn i 2023.

## **Innsiktdrevet prototyping med unge voksne**

Våre brukere og ikke-brukere forventer opplevelser gjennom digitale kanaler og plattformer. Hvordan kan Munchmuseet utnytte teknologiske plattformer og systemer for å engasjere målgruppene unge voksne og familier i sterke digitale kunstopplevelser basert på våre samlinger. Vi bryter ned museumsbarrierene, trer ut av det formelle og møter publikum på et personlig plan, digitalt og fysisk. Dette var rammeverket for samarbeidet med 120 studenter fra Westerdals på Høyskolen Kristiania i november – desember 2022. Studentene, delt opp i 20 tverrfaglig prosjektgrupper, gjorde et grundig arbeid med å forstå våre brukeres og ikke-brukeres behov og potensiale i våre kunstsamlinger. Innsiktsarbeidet, utført gjennom observasjoner og intervjuer på museet, og eksternt med ikke-brukere, avdekket nye perspektiver. Ut fra dette grunnlaget valgte gruppene problemstillinger som de genererte kreative løsningsforslag mot. Løsningsforslagene ble testet mot målgruppene og presentert for Munchmuseet. Vi tester dette som en metodikk for å engasjere unge voksne og bedre forstå hvordan et museum kan være relevant for denne målgruppen. Samtidig er dette en prosess hvor museet kan lage plass for unge voksne i utviklingen av nye idéer og opplevelser.

## **Creative Tech samarbeidet**

Museumssektoren må respondere til den akselererende teknologiske utvikling for å forbli relevant for framtidens publikum. Det er mangel på innovasjonskapasitet i de etablerte kulturinstitusjonene og behovet for teknologisk kompetanse vokser. Vi vet at det er avgjørende å bygge broer mellom kunst- og teknologisektoren, og det er noe Munchmuseet har jobbet aktivt med i 2022. Vi har i samarbeid med 657, EY Doberman, og Oslo Business Region, begynt arbeidet med å bygge et økosystem mellom *creative tech* aktører og kunst. Vi har også i samarbeid utviklet rammer for et nytt initiativ, *Culture Tech Sandbox*, som er et innovasjonsprogram for progressiv kultur og kreative teknologiaktører (entreprenører, teknologer, forskere, kreative utøvere) og oppstartsbedrifter, for å innovere måten kultur distribueres og oppleves. Initiativet har som ambisjon å tette gapet mellom kulturinstitusjoner og teknologi startups, med fokus på utfordringer der digital disrupsjon har potensial til å muliggjøre kreative og kommersielle muligheter. Programmet er inspirert av initiativer som REACT (UK), SALLY (Sverige), StartupLab (Norge) og 20tretti (Norge).

## **VII. Samlingsforvaltning og bibliotek**

### **Samlingsforvaltning**

#### **Digitalisering av Munch's grafiske verk**

Prosjektet for å digitalisere det fysiske arkivet over privateid Munch-grafikk har fortsatt i 2022. En student i praksis fra museologi ved UiO har sortert informasjon som finnes i historiske auksjons-kataloger. Arbeidsgruppen Samlingspresentasjon (aktiv siden mai 2022) har høsten 2022 søkt om støtte fra Bergesenstiftelsen til å fotografere all resterende grafikk i samlingen, digitalisere privateid Munch-grafikk, og forbedre formidling av den digitale verkskatalogen på nettet. Beslutning av Bergesenstiftelsen forventes i januar 2023.

### **Registrering og digitalisering av Munchs avisutklipp**

I samlingen etter Munch inngår et stort antall avisutklipp. Disse er limt inn og ordnet i permer og har vært i bruk av museet og forskere og framstår som ganske medtatte etter mange års bruk. Avisutklippene blir nå registrert i samlingsdatabasen og biblioteksbasen samt fotografert og overført til sikrere oppbevaring i plastlommer og permer. Klippene vil fortsatt være tilgjengelige i biblioteket, men kan gå ut av daglig bruk. De registrerte avisutklippene vil bli gjort tilgjengelig digitalt.

### **Tekstprosjekt/eMunch.no**

Arbeidet med tekstene har blitt videreført i 2022. Hovedvekten av arbeidet har også i år ligget på kronologisk ordning av Munchs brev og tekster i forbindelse med Ivo de Figueiredos biografiprojekt. Denne grunnforskningen er blitt utført av museets fast ansatte konservator som har ansvar for museets samling av originaltekster av Munch og andre. Mange tidligere udaterte eller bredt daterte tekster blir plassert mer presist inn i kronologien.

Metadata (avsender, mottaker, dato og sted) om Munchs korrespondanse er publisert via en søketjeneste kalt correspSearch, se <https://correspsearch.net/en/search.html>. Den drives av TELOTA ved Berlin-Brandenburg Academy of Sciences and Humanities. Arbeidet med å vaske og klargjøre metadataene for publisering har vært gjort via et prosjekt kalt NorKorr (se <https://norkorr.hypotheses.org/> og <https://github.com/norkorr>) hvor Munchmuseet samarbeider med Nasjonalbiblioteket og universitetene i Oslo, Bergen, Tromsø og Trondheim.

### **Samlingsdatabasen, The Museum System (TMS)**

I 2022 har det generelt vært fokus på å ferdigstille mange av de nye systemene Munchmuseet har etablert i Bjørvika. Samlingsdatabasen (TMS) er et av kjernesystemene i museet og har integrasjoner mot mange andre systemer, blant annet for optimal overvåking av hvor kunsten befinner seg. I tillegg til å arbeide med å få på plass robuste løsninger for integrasjon ble systemet i 2022 flyttet hjem til Oslo kommunes sentrale driftsplattformer. Dette vil i tillegg gi større rom for integrasjon mot andre sentrale systemer.

### **Privatarkivet grafikk**

Det er satt i gang et prosjekt for å digitalisere det fysiske arkivet over privateid Munch-grafikk, og importere det til TMS. Første fase av prosjektet består i å konsolidere all informasjon museet har over privateid grafikk (arkivmapper, utførte ekspertiser, eksportsøknader og auksjonsresultater). I både vår og høst har en museet hatt studenter i praksis som har bistått med å systematisere informasjon som finnes i historiske auksjonskataloger.

## **Ekspertiser**

Ekspertiser er et pågående arbeid. Som autoriteten på Edvard Munchs kunstnerskap er det viktig at museet gjør denne typen arbeid.

Museet har kontakt med private eiere og koordinert deres besøk på museet for å fremvise ekspertiser. Besøkene involverer flere av museets eksperter fra flere avdelinger ved hvert besøk. Potensialet for denne typen besøk er større enn det vi har gjort i 2022.

Det pågår et arbeid med å få på plass bedre retningslinjer og mer effektive rutiner for å besvare ekspertisehenvendelser.

## **Praktikanter**

Avdeling Utstilling og samling tok imot en museologistudent fra IKOS ved UiO i praksis (3 måneder) og to studenter fra IPED ved UiO (5 uker) høsten 2022. De har på forskjellig vis primært arbeidet med samlingsforvaltning og innsiktsarbeid. I tillegg fikk to elever mulighet for arbeidsplasserfaring i sommerferien 2022 (en uke).

## **Bibliotek**

Biblioteket har bistått interne og eksterne brukere og bidratt til museets ulike prosjekter.

Biblioteket har deltatt på Arlis Nordens konferanse *Queer art and knowledge management* i Oslo, 13. – 14. oktober, og har i den forbindelse også hatt en omvisning for nordiske kunstbibliotekarere i museets bibliotek.

Biblioteket har bidratt med 165 poster på den offisielle Munch-siden på Facebook.

Biblioteket består av et stort hovedrom med 12 studieplasser og lesebord for tidsskrifter og aviser med 4 leseplasser. Her finnes også 4 studieceller og bibliotekarkontor. Edvard Munchs boksamling befinner seg nå i et eget rom. I tillegg finnes det et lukket arkivrom. Ved inngangen er det garderobe for besøkende.

Antall eksterne besøkere var 305 og tilvekst av litteratur 218 titler.

## VI. Nøkkeltall

I Budsjett for 2022 var følgende nøkkeltall for tjenesteproduksjon definert:

<b>Nøkkeltall</b>	<b>Resultat 2018</b>	<b>Resultat 2019</b>	<b>Resultat 2020</b>	<b>Resultat 2021</b>	<b>Resultat 2022</b>
Antall arrangementsdager	57	36	-	93	323
Antall unge på omvisninger og verksted (inkl. Den kulturelle skolesekken)	11 981	12 793	7 191	9 035	17 116
Antall følgere på sosiale medier	407 614	417 134	451 516	487 424	501 783
Antall betalende medlemmer	849	3 820	4 494	7 943	4 524

Kommentarene til disse tallene finnes i ovenstående tekst.

## 2.2 Måloppnåelse

Munchmuseets overordnede mål har vært realisert gjennom tiltak som vi i årsberetningen har valgt å kategorisere etter aktivitetene fremfor målene, fordi de forskjellige aktivitetene bygger opp under realiseringen av flere mål og strategier. Det er derfor redegjort for aktivitetene i avsnitt 2.1. Situasjonsbeskrivelse.

Utstillingene i Bjørvika ble sett av 851 623 besøkende med billett.

Resultatindikator	Resultat 2020	Resultat 2021	Måltall 2022	Resultat 2022	Avvik 2022
Antall besøkende	44 947	201 765	650 000	851 623	201 623
Antall barn og unge som besøker museet	9 096	18 460	30 000	210 923	180 923

\*Antall barn og unge gjelder inntil alderen på 25 år i nytt museum fra oktober 2021, tidligere var barn og unge inntil 18 år.

For antall besøkende har Munchmuseet et positivt avvik på 201 623. Mange tiltak har ført til et så høyt besøk. Vi har svært høy kjennskap til museet etter god synlighet i media og stor vellykket satsing i sosiale medier sammen med et vellykket utstillingsprogram og har truffet det lokale publikum. Det har vært satset godt på barn og unge som har økt totalt besøk. Museet har klart å trekke en stor andel av turistene til Oslo, både gjennom den vellykkede samlingsutstillingen og målrettet markedsinnsats. Det er en forventning om at det vil bli vanskeligere å opprettholde det lokale voksne publikumet der vi har truffet et bredere publikum med mindre kunstinteresse i det nye museets første driftsår.

Antall barn og unge i 2022 er vesentlig høyere enn målet med et positivt avvik på 180 923 besøkende. I 2021 var det barn inntil 18 som ble regnet med, mens i 2022 inkluderer tallet unge inntil 25 år. I 2022 kostet inngangsbilletten 100 kr. for unge mellom 15 og 25 år mens det på Tøyen var gratis for alle under 18.

Museet har hatt et omfattende og attraktivt program for barn og unge som har truffet sitt publikum.

Den kulturelle skolesekken (DKS) og det faste tilbudet *Kjenner du Munch?* for 7. trinn har det vært gjennomført 290 omvisninger med 7 304 deltakere. I tillegg har det blitt gjennomført 102 omvisninger for grunnskolen utenfor DKS, 103 omvisninger for videregående skoler, 211 omvisninger for barnehaver og 32 verksted for barn. I tillegg arrangerte museet 138 formidlingsarrangementer rettet mot barn og unge. Totalt for både voksne og barn har museet hatt 1 596 omvisninger og formidlingsarrangementer med 47 893 deltagere i 2022.

Munchmuseet har gjennomført 323 arrangementsdager under programmet MUNCH Live, sponsorvirksomhet, utleie og medlemsaktiviteter.

## 2.3 Styring og kontroll

Munchmuseet har også i 2022 gjennomført risiko- og sårbarhetsvurderinger. Det har ikke vært behov for ekstraordinære tiltak.

Spørsmål	Ja	Delvis	Nei	Hvis nei, kommenter
Er det etablert et risikobasert helhetlig system for internkontroll i virksomheten?		x		
Er det etablert tiltak og kontrollaktiviteter som følge av risikovurderingen og er tiltakene fulgt opp?		x		
Er det utarbeidet nødvendige rutiner og prosedyrer på viktige områder/prosesser basert på en vurdering av risiko?		x		
Etterleves rutinene og prosedyrene i virksomheten?		x		
Er alle vesentlige avvik, spesielle hendelser og svakheter fulgt opp?		x		
Er alle anmerkninger fra tilsyn, eksterntrevisor, internrevisor og lignende fulgt opp?	x			
Oppsummert: Internkontrollen er utformet slik at virksomheten har målrettet og effektiv drift, pålitelig rapportering og overholder lover og regler.	x			

Risiko på informasjonssikkerhetsområdet har vært tema på ledermøter og det er tatt opp i forbindelse med ledelsens gjennomgang. Temaet har også vært oppe på allmøte for alle ansatte for å øke bevisstheten på området.

De periodiske internkontrollgjennomgangene har ikke avdekket vesentlige avvik. Virksomheten har hatt løpende opplæring på anskaffelsesområdet for å redusere risikoen for feilanskaffelser og å øke bevisstheten rundt hvordan man kan redusere kostnader.

Utvikling av digital opplæring i rutiner og informasjon på intranettsider der rutinene er lagt ut har blitt ytterligere komplettert. Det er forbedrede rutiner knyttet til reisesikkerhet og bruken av avviksverktøyet (CIM) er utvidet.

I mai 2022 har Arbeidstilsynet gjennomført et tilsyn ved Munchmuseet. Hensikten var å føre tilsyn med utvalgte organisatoriske og fysiske arbeidsbetingelser samt virksomhetens arbeidsmiljøarbeid. Tilsynet omfattet alle virksomheter med ansatte i det nye museet. Munchmuseet fikk tre pålegg etter tilsynet:

- Samordning av HMS-arbeidet i alle virksomhetene med ansatte i bygningen
- Kartlegging og risikovurdering av inneklime og måling av inneklime i fire forskjellige lokaler (kontor, utstillingsal, resepsjon og malerimagasinet)
- Tiltak og plan for inneklime

Alle de tre tiltakene er gjennomført. Det er opprettet et HMS-forum der HR og verneombud fra alle virksomhetene i huset møtes jevnlig for å sikre god koordinering av HMS-arbeidet. Luftkvaliteten i lokalene er god og dette overvåkes kontinuerlig.

Fra mai til september i 2022 gjennomførte Kommunerevisjonen en forvaltningsrevisjon av Munchmuseet som behandles av Kontrollutvalget i januar 2023. I denne forvaltningsrevisjonen var oppdraget å se på om Munchmuseet arbeider tilfredsstillende med å sikre habilitet og redusere risikoen for økonomiske misligheter og korrupsjon. I revisjonen har de sett på

Munchmuseets praksis i perioden fra og med 2019 til og med første halvår 2022. Mange ansatte har bidratt i intervjuer med revisor og i å oversende dokumenter som belyser hvordan vi arbeider med disse områdene.

Rapporten dokumenterer at det er gjort mye godt arbeid på Munchmuseet og at vi stadig forbedrer oss. Vi arbeider godt med risiko knyttet til anskaffelser, sikkerhet og økonomi mens det bør gjennomføres flere risikovurderinger på andre områder. Det er også behov for å dokumentere risikovurderinger knyttet til samarbeid, sponsorer og utstillinger/program og arrangementer. Museet har et grundig regelverk for håndtering av gaver til museet, men det må presiseres hvordan mindre gaver til ansatte skal håndteres.

Et hovedfunn i revisjonen er knyttet til habilitet – habilitetsvurderinger er i for liten grad dokumentert og forståelsen av hvordan habilitetsvurderinger skal gjøres må økes. Ledernes vurdering og godkjenning av ansattes verv/bierverv må også dokumenteres bedre. Et eksempel på påstått mangelfull håndtering av habilitet er prosessen ved ansettelse av ansattes barn. Museet har hatt 7 barn av ansatte som har jobbet på timekontrakter i perioden for undersøkelsen. Rutinen for dokumentasjon av habilitetsvurderinger er nå innskjerpet.



### 3. SAMMENLIGNING AV BUDSJETT OG REGNSKAP

#### 3.1 Driftsregnskap

	I	II	III	IV	V
Artsgrupper	Regnskap 2022	Dok. 3 2022*	Regulert bud. 2022	Regnskap 2021	Avvik 2022 (III-I)
000-099 Lønn og sosiale utgifter	169 874	91 506	154 563	131 762	- 15 311
100-299 Kjøp av varer og tjenester som inngår i komm.tj.produksjon	222 926	187 206	257 541	162 414	34 615
300-399 Kjøp av tjenester som erstatter komm.tj.produksjon	107 631	97 976	113 060	114 005	5 429
400-499 Overføringsutgifter	99	0	0	-98	- 99
500-599 Finansutgifter og finanstransaksjoner	12 403	0	0	11 671	- 12 403
<b>Sum driftsutgifter</b>	<b>512 933</b>	<b>376 688</b>	<b>525 165</b>	<b>419 754</b>	<b>12 232</b>
600-699 Salgsinntekter	- 142 058	-72 208	-137 920	-44 635	4 138
700-799 Overføringsinntekter med krav til motytelse	- 5 948	-1 540	-1 371	-2 365	4 578
800-899 Overføringsinntekter uten krav til motytelse	- 17 502	0	0	-7 571	17 502
900-999 Finansinntekter og finanstransaksjoner	- 12 403	0	0	-11651	12 403
<b>Sum driftsinntekter</b>	<b>-177 911</b>	<b>-73 748</b>	<b>-139 291</b>	<b>-66 222</b>	<b>38 621</b>
<b>Kapitlets nettoresultat</b>	<b>335 022</b>	<b>302 940</b>	<b>385 874</b>	<b>353 532</b>	<b>50 852</b>

\* Bystyret vedtar kun sum driftsutgifter, sum driftsinntekter og nettoresultat pr. kapittel, jf. Dok 3.

Nettoresultat ble i 2022 for Munchmuseet 335,0 mill., 50,9 mill. lavere enn regulert budsjett. Det er ubrukte øremerkede midler på 33,3 mill. som skal overføres til 2023. Munchmuseet har dermed et mindreforbruk på 17,6 mill.

Budsjettet for 2022 ble i flere omganger justert for å ta høyde for høyt besøk og tilhørende kostnader, for korona og for energipriser.

I mindreforbruket på litt over 4 % inngår en vesentlig andel av Covid- og energikompensasjonen som skal tilbakeføres i revidert budsjett 2023.

Sammenlignet med regulert budsjett begrunnes hovedsakelig resultatet med følgende:

- Energikostnader er 7,35 mill. lavere enn budsjett, hovedsakelig fordi budsjettjusteringen ble beregnet for høyt med tanke på at grunnlaget inkluderer Tøyen fullt ut og ikke tar hensyn til energieffektivisering i nytt bygg.
- Sikkerhetskostnader for vektere og sikkerhetssenteret ble 2 mill. høyere.
- Kostnader for drift av bygget er 1,2 mill. over budsjett. Mens renhold er 1,7 mill. over budsjett er kostnader for tilpasninger og vedlikehold lavere med 0,5 mill.

- Salg av billetter til utstillingene og varer ble 10,9 mill. høyere enn budsjettet, men vi har også tilhørende høyere lønnskostnader på 3,5 mill., samt 4,8 mill. høyere driftskostnader inklusiv varekost i butikk.
- Formidlingsaktiviteter har hatt 1,5 mill. høyere inntekter enn budsjettet med tilhørende like mye økte kostnader.
- Vi nådde ikke vår ambisjon for salg av egne publikasjoner og endte med et netto resultat 3,3 mill. lavere enn budsjettet.
- Utleievirkksomheten ble lavere enn forventet og vi oppnådde et resultat 3,3 mill. under budsjett, men hvis vi tar høyde til Covid-budsjettkompensasjon som ble 1,3 mill. for høy i 2022 blir resultatet 4,6 mill. lavere enn budsjett.
- Kostnadene for produksjon av utstillinger og utlån ble 2,8 mill. høyere enn planlagt.
- På tross av høyere lønnskostnader i markedsavdelingen ligger vi 0,3 mill. under budsjett på grunn av lavere kostnad på annonsering.
- Konserveringskostnader er 2,2 mill. lavere enn budsjettet. Museet erstattet ikke et langsiktig sykefravær og stanset planlagte midlertidige ansettelser.
- Vi fikk 1,2 mill. i diverse inntekter som ikke var budsjettet: Rettigheter fra BONO, salg av inventar fra Tøyen, ressursbistand til nye brukere av Tøyen fra og med juni mv.
- Diverse avvik på tvers av avdelinger og prosjekter viser en lavere kostnad på 0,6 mill.
- Mindreforbruket på 15,9 mill. overført fra 2021 til 2022 er ikke benyttet.

### **3.2 Selvkostkapitlene**

Ikke aktuelt

### 3.3 Investeringsregnskap

	I	II	III	IV	V
Artsgrupper	Regnskap 2022	Dok. 3 2022*	Regulert bud. 2022	Regnskap 2021	Avvik 2022 (III-I)
000-099 Lønn og sosiale utgifter					0
100-299 Kjøp av varer og tjenester som inngår i komm.tj.produksjon	13 211		65 637	9 553	52 426
300-399 Kjøp av tjenester som erstatter komm.tj.produksjon					
400-499 Overføringsutgifter					
500-599 Finansutgifter og finanstransaksjoner					
<b>Sum investeringsutgifter</b>	<b>13 211</b>	<b>0</b>	<b>65 637</b>	<b>9 553</b>	<b>52 426</b>
600-699 Salgsinntekter					
700-799 Overføringsinntekter med krav til motytelse			-19 985		-19 985
800-899 Overrøringsinntekter uten krav til motytelse					
900-999 Finansinntekter og finanstransaksjoner					
<b>Sum investeringsinntekter</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-19 985</b>	<b>0</b>	<b>-19 985</b>
<b>Netto finansieringsbehov</b>	<b>13 211</b>	<b>0</b>	<b>45 652</b>	<b>9 553</b>	<b>32 441</b>

\* Bystyret vedtok sum utgifter (sum finansieringsbehov), sum inntekter (sum finansiering) og resultat (netto finansieringsbehov) pr. kapittel

Det gjenstår fortsatt store investeringer på applikasjonsprosjektet. Det er også noen utsatte investeringer i utstyr og belysning på grunn av utsatte utstillinger og ekstra lang leveringstid.

### 3.4 Investeringsregnskap på prosjektnivå

Investeringsregnskap på prosjektnivå									
Investeringsprosjekter for kap. 504 Munchmuseet									
I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X
Prosjektnavn	Prosjekt-nummer	Arts-gruppe	Bystyre-vedtatt ferdig (kv/år)	Faktisk/forventet ferdig (kv/år)	Dok 3 2022	Regulert budsjett 2022 (inkl. y.disp- fra 2021)	Regnskap 2022	Avvik (VII-VIII)	Kommentarer/årsak til avvik
Erverv av kunst	11306001	100-299				1 327	0	1 327	Budsjettet vil benyttes når det kommer interessante verk på markedet
Munchmuseet - Applikasjonsprosjektet	11704301	100-299				-4 558	0	-4 558	Periodisering. Samme prosjekt som 11801801
Applikasjonsprosjektet	11801801	100-299		Kv 4/2025		61 339	11 445	49 895	MUM bokfører kostnader eks. mva. I revidert budsjett ligger mva kompensasjon i artsgruppe 900-999. Årsak til avviket er periodisering av investeringen.
Belysning og inventar	11903901	100-299		Kv 2/2023		7 529	1 767	5 763	MUM bokfører kostnader eks. mva. I revidert budsjett ligger mva kompensasjon i artsgruppe 900-999. Årsak til avviket er periodisering av investeringen. Behov for justering av utstillingsbelysning etter åpningen av museet. Permanent arkitektur på P9 vil fullføres i 2023
<b>Sum kap. 504 Munchmuseet</b>						<b>65 637</b>	<b>13 211</b>	<b>52 426</b>	

\* Budsjett- og regnskapstall skal kun være sum investeringsutgifter, dvs. sum artsgruppene 000-599

	1. Periodiserings- avvik, men innenfor vedtatt tidsramme	2. Reelle netto besparelser på ferdige prosjekter	3. Reelle forsinkelser iht. vedtatt tidsplan	4. Uforutsigbare avsetninger	Sum prosjekt
11306001 Erverv av kunst				1 327	1 327
11704301 Munchmuseet – Applikasjonsprosjektet	- 4 558				- 4 558
11801801 Applikasjonsprosjektet	34 770				34 770
11903901 Belysning og inventar	903				903
<b>Sum</b>					<b>32 441</b>

Prosjekt 11306001 Erverv av kunst ble opprettet i forbindelse med Byråds sak 1113/2013 Budsjettjusteringssak - Bytteavtaler vedrørende kunstverk av Edvard Munch.

Prosjektet gikk i null i 2013. I 2015 er det foretatt en budsjettjustering på kr 595 000 til prosjektet. Jfr. Byråds sak 1005/2015 Budsjettjustering – kjøp av verk til Munch-Museets samling. Justeringen ble tildelt med bakgrunn i kjøp av kunst som ble utgiftsført i driftsbudsjettet i 2014.

I 2016 er det foretatt en budsjettjustering på kr 1 205 000 til prosjektet. Jfr. Byråds sak 10/2016 KORREKSJON AV TIDLIGERE BUDSJETTJUSTERING VEDRØRENDE BYTTE (KJØP OG SALG) AV KUNSTVERK AV EDVARD MUNCH.

Prosjektnumrene 118018 og 117043 gjelder samme prosjekt: Applikasjonsprosjektet. Museet har brukt 11,5 mill. av disponible midler i 2022. Applikasjonsprosjektet gjelder investeringer i applikasjoner til nytt museum. Hele budsjettet ligger i 2022 til tross for at vi allerede i 2021 så at det ville være for krevende å gjøre alle investeringene parallelt uten å bygge en for stor organisasjon til å ta imot systemene. Den største begrensende faktoren i utvikling av applikasjoner er interne ressurser som kan definere behov, følge opp leveranser og drive nye løsninger. Vi har også hatt forsinkelse på grunn av at enkelte systemimplementeringer krever mer oppfølging fra interne ressurser og dermed fører til at prosjektene tar lenger tid enn opprinnelig planlagt. I 2023 er det planlagt å øke investeringstakten vesentlig, blant annet ved å øke interne ressurser samt innkjøp av prosjektpressurser i større grad. Det har vært en stor fordel at en vesentlig andel av investeringene i systemer gjøres etter at nytt museum er åpnet istedenfor å utvikle systemene før det er mulig å definere brukerbehovene.

Prosjektet 119039 gjelder i 2022 utstillingslys. Vi har brukt 1,7 mill., 1,3 mill. til lysarmaturer og 0,4 mill. til prosjektering og programmering. Etter noen måneder drift i nytt bygg ble det besluttet etablering av en fast arkitektur med fast grunnbelysning på P9 som vi vil bruke disponible midler på 0,9 mill. til i 2023, arbeidet på P9 startet høsten 2022 og vil fullføres våren 2023.

### 3.5 Noter i regnskapet

#### Note 23 Øremerkede midler

##### 1. Bruk og overføring av særskilt øremerkede midler fra 2022 til 2023

									I hele kroner	
Kapittelnummer	Kapitlets navn	Prosjektnummer	Prosjektets navn	Gruppe 1 eller 2	Grunnlag for øre-merking	Regulert budsjett	Regnskap	Avvik	Merknad	
504	Munchmuseet	35040010	VERKSKATALOG OG DIGITALISERING	1	Private	6 893 000	875 891	6 017 109		
504	Munchmuseet	35040040	MEDLEMSPROGRAM	1	Private	541 000	200 459	340 541		
504	Munchmuseet	35040050	INTERNASJONALT SAMARBEID	1	Private	536 000	536 000	0		
504	Munchmuseet	35040070	EDVARD MUNCH ART AWARD	1	Private	13 000		13 000		
504	Munchmuseet	35040080	SYMSUR	1	Private	8 000 000	8 000 000	0		
504	Munchmuseet	35040090	Biografi om Munch	1	Private	1 000 000	0	1 000 000		
504	Munchmuseet	35040100	Restaurering og Flygel	1	Private	2 889 000	300 000	2 589 000		
504	Munchmuseet	35040110	Spesifikke utstillinger – ikke offentlig	1	Private	8 563 000	0	8 563 000		
	Munchmuseet	35040120	Digital storsatsing	1	Private	1 854 000	747 857	1 106 143		
504	Munchmuseet	35042110	Monet	1	Private	6 226 000	0	6 226 000		
504	Munchmuseet	35042126	Talent Norge	1	Private	7 500 000	2 400 000	5 100 000		
504	Munchmuseet	35042140	Charities Aid Foundation America	1	Private	0	-1 182 213	1 182 213		
Mellomsom gruppe 1						44 015 000	11 877 995	32 137 005		
504	Munchmuseet	25040002	Munch, oppfølging immaterielle rettigheter	2	SAK 1 2012 og tildelingsbrev 2012	1 226 000	300 503	925 497		
504	Munchmuseet	25040005	Etablering nytt museum	2	Revidert budsjett og Byråds sak 148/19. Budsjettjustering og byråds sak 320/19	16 100 000	15 900 000	200 000		
Mellomsom gruppe 2						17 326 000	16 200 503	1 125 497		
Totalsum						61 341 000	28 078 498	33 262 502		

Museet inngikk en gaveavtale med Bergesen Allmennting stiftelse i 2013 som gjør det mulig å virkeliggjøre en verkskatalog over Edvard Munchs tegninger samt å gjøre fotografier tilgjengelig på nett. Museet inngikk en ny gaveavtale med Bergesen Allmennting stiftelse i 2017 som har bidratt til arbeidet med en komplett katalogisering, digitalisering og digital publisering av Munchmuseets samlinger og andre av Munchs verker. Prosjektet har hatt 0,9 mill. kostnader i løpet av året. Disponible midler på 6 mill. anvendes til videreføringen av prosjektet.

Munchmuseet mottok i 2015 2 mill. fra Canica AS til oppstart og utvikling av Munchmuseets medlemsklubb (1 mill.), samt støtte til Munchmuseets internasjonale satsing med hensikt å styrke Edvard Munch og Munchmuseets kjennskap og interesse i en internasjonal sammenheng (1 mill.). Vi har også mottatt 0,48 mill. i gaveforsterkning fra Kulturdepartementet i forbindelse med disse gavene. I 2022 ble det brukt 0,2 mill. til medlemsprogrammet og 0,5 mill. til internasjonalt samarbeid.

Hvert annet år blir *Edvard Munch Art Award* utdelt. Prisen eies, styres og administreres av Munchmuseet. Munchmuseets direktør oppnevner prisens jury. Juryen er internasjonalt sammensatt og består av fem meget høyt anerkjente aktører med tung kompetanse på samtidskunst. Disponible midler vil bli brukt ved neste utdeling i 2023.

I 2022 ble det gjennomført en symbolisme/surrealisme-utstilling *I villskapens øye*. Dette ble en stor satsning med kostbare innlån. Til denne utstillingen ble det brukt avsatte midler på 8 mill.

Gaveavtalen med Bergesen Allmennting stiftelse inngått i 2017 vil også bidra til utgivelse av den nye internasjonale Munch-biografien av forfatteren Ivo de Figueiredo. Prosjektet ble forsinket og det er planlagt at midlene brukes i 2023.

En gaveavtale med Bergesen Allmennting stiftelse ble inngått i 2019 for innkjøp av flygel til nytt museum og konservering av 8 Munchverk. I 2019 mottok museet 3,55 mill. som gave og i 2020

0,9 mill. i gaveforsterkning fra Kulturdepartement. Flygel er anskaffet i 2021 og vi brukte 300 000 kr for arbeidet med restaureringen i 2022. Restaureringsarbeidet fortsetter i 2023.

Inntekter fra private utlån i 2020 på 2,4 mill. og sponsormidler 2021 på 6,2 mill. er øremerket til fremtidige større spesifikke utstillinger.

Munchmuseet fikk i 2020 tildelt 20 mill. fra Sparebankstiftelsen DNB for å finansiere flere store digitale satsinger. 15 mill. ble allerede mottatt og anvendt i 2020. I 2021 mottok Munchmuseet 2,5 mill. i gaveforsterkning fra Kulturdepartementet. Vi brukte 0,7 mill. i 2022. Disponible midler vil bli anvendt over flere år.

Det er programmert en Monet-utstilling som blir en stor og viktig utstilling med kostbare innlån. Til denne utstillingen er det tidligere år satt av 6,2 mill. som er mottatt som vederlag for utlån og gaveforsterkning.

Museet inngikk en gaveavtale med Talent Norge (6 mill.) og Canica AS (6 mill.) til finansiering av en samtidskunstutstillingsserie *SOLO OSLO*. Museet fikk utbetalt gaven fra Canica og mottok 1,5 mill. i gaveforsterkning fra Kulturdepartementet. Gaven vil bli anvendt over flere år, i 2022 har vi brukt 2,4 mill. for *SOLO OSLO Sandra Mujinga* og *SOLO OSLO Apichaya Wanthiang*.

I 2022 har Munchmuseet fått et tilskudd fra Charities Aid Foundation America til et konserveringsarbeid på verket Madonna. Arbeidet vil starte i 2023.

Da opphavsretten til Munchs verk falt i det fri fikk Munchmuseet øremerkede midler til å sikre sine rettigheter gjennom varemerkeregistrering. Enkelte varemerker er nå registrert og det arbeides videre med å sikre beskyttelse av museets immaterielle rettigheter. Vi har brukt 0,3 mill. i 2022 og de gjenstående øremerkede midlene på 0,9 mill. vil benyttes i forbindelse med oppfølgingen av rettighetene til de registrerte varemerkene og immaterielle rettigheter generelt.

I henhold til revidert budsjett 2019, og vedtatt i byrådssak 148/19 ble det øremerket 10 mill. til etablering av nytt museum. I budsjettjustering 2019, og vedtatt i byrådssak 320/19 ble det øremerket ytterligere 11 mill. på grunn av endringen av overtakelsesdato av bygget. Gjenstående midler ble brukt i 2022, med unntak av 0,2 mill. som gjelder utsettelsen av utdeling av Edvard Munch Art Award.

## **4. SÆRSKILT RAPPORTERING**

### **4.1 Tiltak for å forbedre service overfor innbyggere og næringsliv**

Munchmuseet arbeider kontinuerlig med å forbedre tilbudet til de besøkende, samarbeidspartnere og andre, tiltakene er beskrevet under avsnitt 2.1.                      Situasjonsbeskrivelse.

### **4.2 Saksbehandlingstid**

Munchmuseet følger veiledende frister for saksbehandling i forvaltningsloven.

Virksomheten bestreber å holde seg innenfor en 14 dagers svarfrist for skriftlige henvendelser fra eksterne parter. Virksomheten har rutiner for foreløpig svar på eksterne henvendelser som krever mer enn 14 dagers saksbehandlingstid. Virksomheten gjennomfører jevnlig restansekontroller. Disse kontrollene blir gjennomført seks ganger i året, til planlagte tidspunkt. Den enkelte saksbehandler og leder har ansvar for daglig oppfølging. Virksomhetens arkivleder har en gjennomførerrolle ved periodiske restansekontroller og en rolle i å følge opp saksbehandlere én til én, både daglig og periodisk.

Det er ikke gjennomført kontroller av Kommunerevisjonen i forhold til saksbehandlingstid i 2022.

### **4.3 Handlingsplan for mennesker med funksjonsnedsettelse**

Siden åpning i oktober 2021 har vi gjort oss stadig nye erfaringer knyttet til publikums bruk av bygget og hvordan det fungerer for de som har særskilte behov. Vi har gjort flere justeringer, blant annet som en konsekvens av en rapport utarbeidet av Blindeforbundet, for å bedre imøtekomme alle som ønsker å besøke museet.

Lav kapasitet i publikumsheisene er fremdeles en utfordring. Den endrede skiltingen har hatt en positiv signaleffekt, men så lenge heisene er utformet som de er vil de av enkelte oppleves som trange og utilgjengelige i hektiske perioder.

Vi har påbegynt et arbeid med å utforme stortekstmateriale til alle utstillinger. I denne forbindelse har vi hatt dialog med Blindeforbundet i tillegg til at vi ser på beste praksis fra museer i England som er særlig gode på dette, for å sikre et godt resultat. Tester på dette området vil gjennomføres i 2023, med mål om å lande en felles standard for alle utstillinger. Museets permanente HC-parkeringsplasser på Operastranden er fremdeles ikke ferdigstilt. Vi har vært i jevnlig dialog med Bymiljøetaten, men har heller ikke fått skiltet midlertidige plasser. Det oppleves som kritisk fra de gruppene som ikke får tilgang til museet på grunn av manglende parkering. Vi får jevnlig tilbakemeldinger fra publikummere med behov for dette tilbudet som opplever det å ankomme museet som vanskelig.

Vi har fått flere henvendelser fra ulike forskere, både studenter på masternivå og forskere i større EU-støttede prosjekter, med ønske om å undersøke hvordan museet fungerer med tanke på tilgjengelighet. Det er viktig for oss å legge til rette for dette arbeidet, gjennom intervjuer, omvisninger og tilgang til annet relevant materiale. Ønsket er at resultatene også kan bidra til

kunnskapsheving internt på museet. Mange av disse prosjektene ventes ferdigstilt i løpet av 2023.

Områder fra handlingsplanen	Ja/nei
Har virksomheten utarbeidet handlingsplan for mennesker med funksjonsnedsettelse?	ja
Er det utarbeidet konkrete tiltak på handlingsplanens satsingsområder? 1)	nei
<b>Tiltak gjennomført i 2022</b>	<b>XXX</b>
1. Arbeidet for å ferdigstille HC-parkeringsplass med BYR. Ikke ferdig	ja
2. Arbeidet for å gjøre utstillingene mer tilgjengelige	ja
3. Omvisninger på tegnspråk	ja

#### 4.4 Universell utforming

Museumsbygningen oppfyller de tekniske kravene knyttet til universell utforming. Utstillingsarkitektur, tekst og formidlingstiltak i utstillingene er universelt utformet. Nettsidene er utformet i henhold til Difis standarder for universell utforming. Munchmuseets nettsider er testet ift. kravene til universell utforming og får svært gode resultater. Vi har igangsatt arbeidet med å lage alt-tekster som beskriver innholdet i alle bilder på nettsiden. Dette er et større prosjekt og mye arbeid kreves før det er ferdigstilt.

Som en del av formidlingstilbudet knyttet til de faste utstillingene, gjennomfører vi omvisninger for blinde og svaksynte med synstolkning og for døve på tegnspråk. Da vi er avhengig av tegnspråktolker fra NAV for å gjennomføre det sistnevnte tilbudet, har vi dessverre måttet avlyse enkelte omvisninger fordi det ikke fantes tolker tilgjengelig. I samarbeid med Nasjonalmuseet utformer vi nå en tilbakemelding til Tegnspråkutvalget, for å synliggjøre hvilke begrensninger mangelen på tolker legger på vårt arbeid til denne målgruppen. Vi tilbyr gratis audioguide på tegnspråk.

I utstillingsserien *SOLO OSLO* utvikles formidlingsprosjekter som retter seg mot spesifikke publikumsgrupper. Rammeverket for disse formidlingsprosjektene er et grundig innsiktsarbeid, med særlig fokus på å avdekke publikums behov i møte med en utstilling. Til *SOLO OSLO Apichaya Wanthiang* (1.10.-31.12.2022) inngikk Frida Rusnak (formidlingstalent) et samarbeid med Norges Blindforbunds Ungdom, hvor en arbeidsgruppe fra forbundet bidro til utviklingen av formidlingsprosjektet. Med mål om å tilrettelegge for at publikummere med synsnedsettelse skulle kunne besøke utstillingen på egenhånd laget de to konkrete tiltak: en informativ tilgjengelighetsnettside hvor utstillingsrommet og dets fysiske elementer ble beskrevet i detalj, og et taktilt kart over utstillingen som var plassert ved inngangen til rommet. En materialprøve fra kunstverket var tilgjengelig i forbindelse med kartet, for at publikum skulle kunne få en taktil opplevelse av kunsten. Disse tiltakene ble også positivt mottatt av øvrig publikum, og er et godt eksempel på hvordan kreativ tilgjengelighetstenkning kan ha stor verdi for flere.



Problemstilling	Ja/nei	Kommentarer
Har virksomheten utarbeidet handlingsplan for universell utforming?	nei	
Er tiltak i handlingsplanen a) Behovsvurdert b) Kostnadsberegnet	ja nei	Vi har samarbeidet med Norges Blindforbunds Ungdom
Har virksomhetene gjennomført opplæring/deltatt på kurs i krav til universell utforming?	ja	
Er det søkt om tilskudd til evt. tiltak i handlingsplanen?	nei	
Ved JA i spørsmålet over: Kommenter fra hvilken/hvilke tilskuddsordning det i såfall er søkt om tilskudd		

## 4.5 Tiltak/aktiviteter i tråd med Oslo kommunes folkehelseplan

For mange fører tilgang til kunst og kultur til en opplevelse av økt livskvalitet. For museet er det viktig å gjøre denne tilgangen så enkel og tilgjengelig som mulig. Vi arbeider målrettet for å skape et tilbud av høy kvalitet som oppleves som relevant for hver enkelt som kommer i kontakt med museet, det være seg gjennom utstillinger, konserter, verkstedsaktiviteter eller annet innhold. Folkehelseplanen søker å bidra til en mer skapende by. Vi understøtter blant annet dette gjennom å utvikle tilbud hvor publikum selv får anledning til å bidra kreativt på ulike måter, gjerne i møte med samtdiskunstnere og deres praksis.

Strategi 1 Folkehelse der folk lever sine liv						
Hovedsatsing 1 - Trygg og sunn oppvekst for alle barn og unge						
Hvilket/ hvilke tiltak i Folkehelseplan for Oslo er virksomhetens tiltak forankret i, oppgi tiltaksnummer.	Virksomhetens navn på tiltak	Hovedansvarlig og samarbeidspartnere i det aktuelle tiltaket	Årstall for start og slutt, eller løpende	Målsetning og målgruppe for tiltaket	Kort beskrivelse av tiltaket	Blir tiltaket evaluert? Hvis ja, beskriv hvilken type evaluering
14	Gratis kulturskoletilbud i AKS-tiden for nærskoler	Kulturskolen	Løpende	Senke terskelen til offentlig kulturtilbud og inspirere til egen kreativ aktivitet. 2.-4.klasse	I samarbeid med en profesjonell kunstner tilbys elevene en praktisk opplevelse.	Ja, intern evaluering.
17	Ansette ungdom i sommerjobber og mindre oppdrag	Ung Jobb	Løpende	Bygge mangfold i staben, at de som ansettes skal få en relasjon til institusjonen og at museet skal komme tettere på en viktig målgruppe. Ungdommer fra bydel Gamle Oslo	Ungdommene ansettes blant annet som Ung Crew til arrangementsgjennomføring og som Designaktivister til utvikling av program for ungdom i museet.	Ja, intern evaluering.

Hovedsatsing 2 - En grønn og aktiv by som fremmer fysisk og psykisk helse						
Hvilket/ hvilke tiltak i Folkehelseplan for Oslo er virksomhetens tiltak forankret i, oppgi tiltaksnummer.	Virksomhetens navn på tiltak	Hovedansvarlig og samarbeidspartnere i det aktuelle tiltaket	Årstall for start og slutt, eller løpende	Målsetning og målgruppe for tiltaket	Kort beskrivelse av tiltaket	Blir tiltaket evaluert? Hvis ja, beskriv hvilken type evaluering
8	Sommerskole	MUNCH og nærskolene i bydel Gamle Oslo	Løpende	En uke hvor barna får leke og utforske Munchs kunst i møte med kunstnere og formidlere. Barn, 8-12 år	Halvparten av sommerskole-billettene (8 plasser hver uke) gis bort gratis til elever ved nærskolene til museet. 4 uker totalt.	Ja, intern evaluering.
4	Naboens kunstdag	Røde kors	Løpende	Ukrainske flyktninger, barn og voksne	Et uformelt møte i museet hvor deltagerne får en kort omvisning og løser en praktisk oppgave i verkstedet.	Ja, intern evaluering.

Strategi 2 Folkehelsearbeid - et felles ansvar						
Strategi 2 inneholder mål og tiltak rettet mot kommunens virksomheter til støtte for strategi 1.						
Hvilket/ hvilke tiltak i Folkehelseplan for Oslo er virksomhetens tiltak forankret i, oppgi tiltaksnummer.	Virksomhetens navn på tiltak/ oppgave	Hovedansvarlig og samarbeidspartnere i det aktuelle tiltaket	Årstall for start og slutt, eller løpende	Målsetning og målgruppe for tiltaket/ oppgaven	Kort beskrivelse av tiltaket/ oppgaven	Blir tiltaket evaluert? Hvis ja, beskriv hvilken type evaluering
10	Folkehelsekontakt i virksomheten		Løpende	Alle kommunens virksomheter skal ha en kontaktperson for folkehelsearbeid	Andrea Liebe er folkehelsekontakt. Deltar i Fagnettverk for folkehelsekontakter.	Nei

## 4.6 Likestillingstiltak rettet mot byens innbyggere

Vi har videreført mangfoldsrådet og arbeider generelt målrettet med programmering i alle deler av virksomheten for å inkludere utøvere og publikum med mangfoldsbakgrunn. Et ledd i dette er systematisk innsiktsarbeid som har vært et fokus i året som har gått. Jo mer vi vet om publikum, jo bedre vet vi hvor vi treffer og hvem vi må arbeide hardere for å nå.

Vi samarbeider med aktører utenfor museet for å sikre nye perspektiver på egen virksomhet og utvide publikumsgrunnlaget. Et eksempel på dette fra 2022 er Oslo Pride, som hadde flere arrangementer hos oss, både for voksne og ungdom. I forbindelse med dette innførte vi unisex-toaletter for en periode. Det er nå vedtatt at dette skal bli en permanent ordning på museet, som skal innføres i løpet av 2023.

I 2022 har vi fortsatt samarbeidet med Kulturskolen for å kunne tilby barn og unge som ikke oppsøker museet på egenhånd gode kulturopplevelser. Museet arbeider for å inkludere byens innbyggere bl.a. ved å tilby gratis inngang til barn og unge under 15, gratis tilgang til alle ungdommer gjennom *MUNCH UNG Pass* og gratis digitalt innhold. Museet samarbeider også med ulike organisasjoner og frivillige for å nå besøkende som tradisjonelt ikke har vært hyppige brukere av museet. Det har også vært samarbeid med Deichman Stovner og Deichman Holmlia.

		Ja	Nei
Har virksomheten laget en plan for mangfold og likeverd - og mot diskriminering?		x	
Hvis ja - er dette	I en egen plan		x
	I overordnede planer	x	
Hvis ja - gjelder plan og mål tiltak for alle diskrimineringsgrunnlag?		x	
Hvis nei, gjelder planen (mulig å krysse av flere)?	Ferkulturelt mangfold	x	
	Kjønns- og seksualitetsmangfold	x	
	Funksjonsmangfold /universell utforming	x	
Har virksomheten gjennomført opplæring for sine ansatte?		x	
Hvis ja - gjelder dette (mulig å krysse av flere)?	Likeverdige tjenester	x	
	Representativ rekruttering	x	
	Holdningsarbeid	x	
Har virksomheten har oppnevnt en OXLO-kontakt?			x
Har virksomheten deltatt som mentor i OXLO-mentorordning?			x
Beskriv kort ett (eller flere) eksempel på beste praksis?			
Mangfoldsrådets arbeid har konsentrert seg om «de tre P'ene» - <b>publikum, program og personale</b> . Fokuset på mangfold har fått en sentral plass i strategiarbeidet på MUNCH, blant annet med fokusområdet Mangfold og Internasjonalisering der det står at vi skal «fremme mangfold i alt vi gjør og er»			

## 4.7 Rapportering innen HR-området og helse- miljø og sikkerhet (HMS)

### Likestilling og mangfold i arbeidsgiverrollen

Ved Munchmuseet er mange nasjonaliteter representert, vi har blant annet medarbeidere fra Nederland, India, Tyskland, Frankrike, USA, Canada, Mexico, Polen, Romania, Litauen, Tsjekkia, Italia, Portugal, Storbritannia, Thailand, Russland, Hellas, Danmark og Sverige. Ved nyansettelser vurderes det alltid om det er skjevheter i avdelingen eller fagområdet som man bør forsøke å utjevne.

Tilstandsanalyse	Ja	Nei	Hvis nei, hvorfor ikke?
Har virksomheten i løpet av 2022 undersøkt om det finnes risiko for diskriminering eller andre hindre for likestilling?*	x		

Likestillings- og mangfoldstiltak*	Bakgrunn/tilstand	Mål for tiltaket	Beskrivelse av tiltaket	Status på rapporteringstidspunktet/måloppnåelse
Tiltak 1 Lønns og arbeidsvilkår	Vurdere bruk av midlertidig ansatte	Prioritere fast ansettelse	Gjennomgang av type ansettelser og bruken av midlertidig ansettelser med tillitsvalgte og AMU	Gjennomført
Tiltak 2 Bruk av deltid		Prioritere fulltid	Gjennomgang av deltidsansatte og bruken av disse med tillitsvalgt og AMU	Gjennomført
Tiltak 3 Tilrettelegging	Forebygging, mulighet til å kombinere arbeid og familieliv, seniorpolitikk	Gi mulighet for redusert stilling ved behov	Redusert arbeidstid, tilrettelegging for bruk av hjemmekontor og stor fleksibilitet i forhold til bruk av fleksitid	Noen med redusert stilling. Mulighet for hjemmekontor for å kombinere arbeid med det å ha små barn

Kategori		Kjønnsbalanse			Lønnsbalanse		
		Menn %	Kvinner %	Total (N)	Menn (kr)	Kvinner (kr)	Kvinner andel av menn %
Totalt i virksomheten	2022	39 %	61 %	234	590 246	636 899	108 %
	2021	37 %	63 %	212	589 498	595 509	101 %
Toppleders ledergruppe inkl. toppleder	2022	29 %	71 %	7	1 154 450	1 217 360	105 %
	2021	50 %	50 %	6	1 186 367	1 136 633	96 %
Konservator/ Førstekonservator	2022	10 %	90 %	30	655 967	681 081	104 %
	2021	10 %	90 %	30	690 433	659 067	95 %
Engasjement	2022	31 %	69 %	13	567 188	622 900	110 %
	2021	44 %	56 %	32	564 179	610 417	108 %
Timeansatte	2022	59 %	41 %	49	481 274	466 110	97 %
	2021	46 %	54 %	24	505 964	455 619	90 %

I toppleders ledergruppe er det nå fem kvinner i en gruppe på sju, inkludert toppleder. Organisasjonen har en god kjønnsbalanse og det forekommer ikke diskriminering av grupper.

Det er ikke funnet noen skjevheter i lønn på basis av kjønn.

### Heltidskultur

Ved museet har vi deltidsstillinger som følge av turnuser for butikkansatte, resepsjonister, formidlere, arrangementscrew og verter. I tillegg har vi innvilget redusert stilling eller delvis permisjon for andre som har bedt om dette for eksempel i forbindelse med omsorgsoppgaver i hjemmet. Av midlertidige har vi flere ansatte på prosjekter forbundet med konkrete utstillinger og stillinger som etableres og blir lyst ut som faste i 2023. Vi har også ansatte i vikariater i forbindelse med langtidsfravær og i påvente av rekruttering til ledige stillinger.

	Alle ansatte		Heltid		Deltid			Ufrivillig deltid			Midlertidig ansatte		
	Totalt		Totalt	Menn %	Kvinner %	Totalt	Menn %	Kvinner %	Totalt	Menn %	Kvinner %	Totalt	Menn %
2022	166	128	33 %	67 %	38	37 %	63 %	0	0 %	0 %	17	29 %	71 %
2021	148	106	33 %	67 %	42	38 %	62 %	0	0 %	0 %	40	40 %	60 %

### Helse, miljø og sikkerhet (HMS)

Vi har gjennomført en spørreundersøkelse for å fange opp forslag til forbedringer av den fysiske arbeidsplassen, og vurdere hvordan situasjonen oppleves. Denne var planlagt som en oppfølging av behovene vi kartla før flyttingen til nytt museum. Tiltak og justeringer som følge av disse funnene, er iverksatt.

I forbindelse med flytting til nytt museum er det opprettet en felles HMS-samkjøring for alle virksomhetene på huset. I de halvårlige møtene stiller Verneombud/hovedverneombud, samt HR-ansvarlig og/eller daglig leder. Her samkjøres eventuelle tiltak som følge av vernerunder, samt tiltak som skaper et bedre arbeidsmiljø og en felles MUNCH-kultur. Felles julegløgg i forbindelse med Edvard Munchs fødselsdag 12.12, og familiedag er to resultater av dette.

Vi gjennomfører ROS-analyse i forkant av hver utstilling med verneombud og bedriftshelse-tjenesten for å sikre at vi har et forsvarlig arbeidsmiljø i utstillingssalene.

Fra 2016 har alle ansatte over 50 år tilbud om å gjennomføre helsetest og individuell samtale med bedriftslege fra BHT, samt oppfølging av spesialist hvis det er spesielle utfordringer. Hvordan pensjonssystemene i kommunen fungerer har vært eget tema på frokostmøtet/allmøtet.

I februar startet ny HR-direktør, og området ble en egen avdeling. En viktig del av arbeidet i 2022 har vært etableringen av en HR-strategi. Den definerer hvilke områder HR skal ha ansvaret for. Strategiarbeidet resulterte i at HR-avdelingen også får ansvaret for strategi og utvikling, og avdelingen ble omdøpt til HR- og organisasjonsutvikling. Avdelingen skal bidra til å få gjennomført endring og utvikling på Munchmuseet i tråd med strategien, og sikre at menneskene i organisasjonen er om bord og opplever mestring i prosessene. Denne avdelingen består derfor av to team; HR-personal, og Strategi og utvikling. Som følge av økt aktivitet og ansvar er HR-personal-teamet økt med to medarbeidere, som starter primo 2023.

Vi har ikke hatt noen ulykker eller større nestenulykker i 2022.

Det er meldt inn to saker til lokal varslingsordning som per 31.12.22 ikke er avsluttet.

AKAN har ikke hatt noen saker i 2022.

	Ja	Nei	Hvis nei, kommentarer
Er det fastsatt oppdaterte mål på HMS-området for 2022?	X		
Med utgangspunkt i målformuleringene, er det utarbeidet tiltaksplaner/handlingsplaner?	X		
Er handlingsplaner/tiltaksplaner innpasset i de årlige budsjetter og økonomiplaner?	X		
<b>ARBEIDSTID</b>			
Har virksomheten etablert rutiner og internkontroll for å sikre etterlevelse av arbeidsmiljølovens arbeidstidsbestemmelser og som fanger opp og retter eventuelle avvik som fremkommer, jf. rundskriv 31/2020?	X		
Har virksomheten løpende kontroll med arbeidstiden, både for å sikre at rammene for arbeidstid blir fulgt og for å sikre en vurdering av at arbeidstidsordningene er forsvarlig?	X		
Virksomheten bes oppgi antall brudd på arbeidsmiljølovens arbeidstidsbestemmelser i 2022.	<b>Antall:</b> <b>167</b>		<b>Kommentar:</b> Ny tidregistreringsløsning
Hvordan har virksomheten behandlet bruddene i AMU?	<b>Kommentar:</b>		
Har virksomheten involvert vernetjensten i arbeidet med oppfølging av brudd på arbeidstidsbestemmelsene?	X		
<b>TRAKASSERING</b>			
Hva gjør virksomheten for å hindre trakassering, seksuell trakassering og kjønnsbasert vold?	Det er tema på workplace, frokostmøte og i ledergruppen.		
<b>VOLD OG TRUSLER</b>			
Har virksomheten gjennomført risikovurdering som omhandler vold og trusler ved utførelse av arbeidet?	X		
Har virksomheten etablert rutiner som sikrer opplæring og øvelse i forebygging og håndtering av vold- og trusselsituasjoner?	X		
Har virksomheten iverksatt tiltak for å redusere risiko for vold og trusler?	X		
Har virksomheten rutiner for å sikre registrering av vold og trusler i HMS-modulen i HR-systemet?	X		Vi anvender CIM for å registrere avvik, ulykker og nestenulykker
Har virksomheten etablert rutiner som sikrer nødvendig oppfølging av arbeidstaker som har vært utsatt for vold og trussel om vold?	X		
Har virksomheten rutiner for å sikre varsling av dødsulykker og alvorlige ulykker til Arbeidstilsynet og nærmeste politimyndighet?	X		

### Arbeidstid

Munchmuseet har også i 2022 gjennomført opplæring og gjennomgang av regler for arbeidstid. Det er inngått arbeidstidsavtale med arrangementsprodusentene og tillitsvalgte da produsentene har litt mer uforutsigbar arbeidstid. Vi vil se på behovet for flere arbeidstidsavtaler med andre grupper på museet som har arbeid som verken passer inn i turnus eller en vanlig 37,5 timers avtale.

Vi ser at mange av bruddene på Arbeidsmiljølovens regler for arbeidstid først og fremst gjelder tilfeller av fleksitidsarbeid utover grensen for antall timer arbeidet per uke og per fireukersperiode. Vi arbeider med helhetlig forståelse av bruk av fleksitid og overtid og hva som skaper brudd.

Vi har i 2022 startet implementering av GAT som tidsregistreringssystem. I utgangen av 2022 var ikke hele virksomheten over på GAT men vil være det i løpet av februar 2023.

### **Sykefravær**

Vi har i 2022 hatt en økning i sykefravær

<b>Sykefravær i %</b>	<b>Resultat 2021</b>	<b>Mål 2022</b>	<b>Resultat 2022</b>
Menn	2,5		3,6
Kvinner	4,3		9
<b>Totalt</b>	<b>3,6</b>	<b>5,5</b>	<b>7,7</b>

Med en økt satsing på HR- og organisasjonsutvikling, vil det arbeides kontinuerlig for å sikre et godt arbeidsmiljø. Sykefraværet har økt i 2022, og for å kunne jobbe mer målrettet, ble det derfor bestemt at Munchmuseet skulle gjennomføre en ekstraordinær medarbeiderundersøkelse i desember 2022. Trust index fra Great Place to Work ble brukt.

Undersøkelsen vil i januar/februar 2023 analyseres og tiltak iverksettes.

Leder går alltid inn i hver enkelt sykefraværssak og ved lengre fravær med bistand fra HR-funksjonen og eventuelt bedriftshelsetjenesten.

## **4.8 God praksis på tillitsbasert styring og ledelse**

Munchmuseet har i forbindelse med flyttingen, vokst både i størrelse og kompleksitet. Dette krever nye arbeidsformer både for ledere og medarbeidere. I 2023 vil det arbeides systematisk med lederutvikling og ledelse for å sikre at lederne gir de beste forutsetninger for at Munchmuseet lykkes med videre utvikling og arbeid. Det lages et eget årshjul for lederutvikling på avdelingsnivå og seksjonsnivå, og dette eies av HR- og organisasjonsutvikling. Tillitsbasert ledelse og å sikre psykologisk trygghet er viktige premisser for dette arbeidet, som skal utøves i det daglige virket.

## **4.9 Bruk av eksterne konsulenter**

Konsulentbruken ved Munchmuseet har også i 2022 vært begrenset.

Museet har leid inn bistand til prosjektering som omfatter design, arkitektur og belysning for utstillinger.

Det har blitt leid inn kompetanse på byggeledelse ifm. innflytting og igangkjøring av nytt bygg.

Andre konsulenttjenester gjelder innleid ressurs fra Bravida for 3,2 mill. Bistand til utstillinger for 1,6 mill. Juridisk bistand for 1,2 mill. Markedsrelatert bistand for 1,5 mill. Strategi for 0,7 mill. Butikk 0,2 mill. Arrangementsbistand 0,7 mill. Flytting 0,3 mill.

<b>Har virksomheten utarbeidet en strategi for bruk av konsulenter?</b>		<b>Ja</b>		
		<b>Nei</b>		<b>x</b>
<i>Tall i</i>				
	<b>Pålagt ekstern evaluering / behov for uavhengighet</b>		<b>Øvrig ekstern konsulentbistand i stedet for egenrekruttering</b>	
<b>Kategori av kjøp / Type konsulentttjeneste</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>Prosjektering</b>				
Regnskap pr. 31.12. i mill kr			0,68	6,88
<b>Byggeledelse</b>				
Regnskap pr. 31.12. i mill kr			3,32	1,48
<b>Kvalitet og kontroll</b>				
Regnskap pr. 31.12. i mill kr			0,48	0,28
<b>IT</b>				
Regnskap pr. 31.12. i mill kr				0,07
<b>Organisasjon og organisasjonsutvikling</b>				
Regnskap pr. 31.12. i mill kr			2,70	0,11
<b>HMS</b>				
Regnskap pr. 31.12. i mill kr				
<b>Andre konsulentttjenester</b>				
Regnskap pr. 31.12. i mill kr			7,35	9,38

## 5. MILJØ- OG KLIMARAPPORTERING 2019

### 5.1 Kortfattet omtale av miljø- og klimaarbeidet i egen virksomhet

Munchmuseet er miljøsertifisert som Miljøfyrtårnvisksomhet og ble sist resertifisert i november 2021.

Museet leier lokaler i Bjørvika av Oslobygg KF, lokalene på Tøyen ble levert tilbake til gårdeier i juni 2022. En vesentlig del av museets energiforbruk er et resultat av de strenge kravene til inneklimate i alle arealer hvor kunstverk vises, lagres eller transporteres. Verdiene for både temperatur og fuktighet må være svært stabile gjennom døgnet og året.

I 2022 økte energiforbruket i Bjørvika. Dette skyldes at 2022 var det første hele året med full drift (det nye bygget åpnet for publikum i oktober 2021). Et høyt antall besøkende påvirker belastningen på varme- og kjølesystemene.

<b>Energiforbruk kWh/kvm</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
MUNCH Bjørvika	0	0	362	416
MUNCH Tøyen	366	289	336	128*

\*gjelder bare januar – mai 2022

Museet leverte kildesortert avfall i 17 fraksjoner.



MUNCH har verken egne eller leide kjøretøy og påvirker ikke miljøet på den måten. Reisevirksomheten økte fra 2021 på grunn av at Covid-19 restriksjonene falt bort.

Museet har to vanlige el-sykler og en varesykel som brukes til henting av småkoll og transport t/r møter og befaringer i Oslo. Museet har ingen biler men bruker leverandører til transport av kunst. På tidspunktet for denne rapporten var årlig drivstofforbruk fra transportleverandørene ennå ikke tilgjengelig, så dette er ikke inkludert.

Forøvrig bruker de ansatte i stor grad kollektivtransport tur/retur jobb og for møter i Oslo.

## 5.2 Klimabudsjett

Tiltak fra tabell 2.2a og 2.2b i klimabudsjett 2022	Resultatindikator	Måltall 2022	Status 1.kvartal	Status 2.tertial	Status pr. 31.12.22	Årsak til avvik
6: Nullutslipp/bærekraftig biodrivstoff i kommunens kjøretøy	Andel nullutslippskjøretøy av total kjøretøypark under 3,5 tonn	100 %				Munchmuseet har ingen kjøretøy
	Andel kjøretøy som går på bærekraftig biodrivstoff av total kjøretøypark under 3,5 tonn					Munchmuseet har ingen kjøretøy
	Andel nullutslippskjøretøy av total kjøretøypark over 3,5 tonn	100 %				Munchmuseet har ingen kjøretøy
	Andel kjøretøy på bærekraftig biodrivstoff av total kjøretøypark over 3,5 tonn					Munchmuseet har ingen kjøretøy
11: Nullutslipp/bærekraftig biodrivstoff i transport av masser og avfall fra bygge- og anleggsplasser på oppdrag for Oslo kommune	Andel nye kontrakter som innebærer transport av masser og avfall hvor det stilles krav til utslippsfrie kjøretøy eller kjøretøy som går på bærekraftig biodrivstoff	100 %	100 %	100 %	100 %	Munchmuseet har inngått en avtale for avfallshåndtering med utslippsfrie kjøretøy for enkelte avfallsfraksjoner
13: Nullutslipp/bærekraftig biodrivstoff i kommunens maskinpark	Andel nullutslippsmaskiner av total maskinpark	100 %	100 %	100 %	100 %	Alt utstyr er elektrisk
	Andel maskiner som går på bærekraftig biodrivstoff av total maskinpark		0 %	0 %	0 %	
18: Nullutslipp/bærekraftig biodrivstoff i transport ved innkjøp av varer og tjenester	Andel nye kontrakter som innebærer transport hvor det stilles standard miljøkrav til transport	100 %	100 %	100 %	100 %	Bruk av nullutslipp/bærekraftig biostoff påvirker positivt tilbudsvurderinger. Vi oppfordrer leverandør av kunsttransport ifm fossilfri alternativer.
25: Nullutslipp/bærekraftig biodrivstoff i maskiner til bygge- og anleggsvirksomhet på oppdrag for Oslo kommune	Andel nye kontrakter som innebærer bruk av maskiner hvor det stilles krav til utslippsfrie maskiner	100 %				Munchmuseet har ingen slike oppdrag

## 5.3 Status for miljø- og klimaarbeidet i Oslo kommune

### Energibruk:

Energikilde	Enhet		[kWh/år]	[kg CO <sub>2</sub> -ekv/år]
Olje, parafin	[liter/år]		0	0
Elektrisitet	[kWh/år]	7 026 255	7 026 255	0
Fjernvarme	[kWh/år]	3 144 106	3 144 106	0
Biofyringsolje	[liter/år]		0	0
Pellets eller annen fast biobrensel	[kWh/år]		0	0
Gass (naturgass)	[Sm <sup>3</sup> /år]		0	0
Biogass	[Nm <sup>3</sup> /år]		0	0
<b>Total</b>	<b>[kWh/år]</b>		<b>10 170 361</b>	<b>0</b>
Oppvarmet areal	[m <sup>2</sup> areal > 15°C]	29 819		
<b>Spesifikk energibruk</b>	<b>[kWh/m<sup>2</sup>/år]</b>		<b>341</b>	

#### Hva slags tiltak er gjennomført eller skal gjennomføres i virksomheten for å redusere energibruk i bygg?

Energiforbruket overvåkes tett via automatisering i anleggene og sentral driftsstyring. Bygging av sjøvannskjøling i Bjørvika skal utføres i 2023/24. Energibruk i 2023 vil gå ned da museumsbygningen på Tøyen gikk ut av virksomheten i 2022.

### Transportkjøretøy:

	Lette (under 3,5 t)	Tunge (over 3,5 t)
Antall bensin- og dieslbiler		
Antall el-biler		
Antall ladbare hybridbiler		
Antall biler på biodiesel		
Antall biogassbiler		
Antall hydrogenbiler		
<b>Totalt antall transportkjøretøy virksomheten eier eller leaser</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Antall el-sykler	3	

### Miljøsertifisering:

Antall tjenestesteder som har gyldig sertifikat i rapporteringsåret	2
Antall sertifiserbare tjenestesteder som gjenstår å sertifisere	
Antall tjenestesteder som ikke kan sertifiseres pga manglende godkjenning etter Forskrift om miljørettet helsevern i skoler og barnehager	
Total antall tjenestesteder	2
<b>Andel sertifiserte av totalt antall tjenestesteder i virksomheten</b>	<b>100 %</b>

### Forbruk og anskaffelser:

		Antall	
Antall tjenestesteder som kjøper og serverer mat til brukere/kunder (barnehager, skoler, sykehjem, kommunalt drevne kantiner, boliger, fritidsklubber osv)	1		
Antall tjenestesteder som kjøper og serverer mat til brukere/kunder som gjennomfører minst én kjøttfri dag i uken*	1		
Antall tjenestesteder som har innført vegetarisk møtemat som standard.			
Antall tjenestesteder som kjøper og serverer mat til brukere/kunder som aktivt jobber med å redusere kjøttforbruket.	1	Oppgi eksempler:	Vegetar er hovedvalg, kjøtt tilgjengelig av og til
Antall tjenestesteder som kjøper og serverer mat til brukere/kunder som jobber aktivt med å øke andelen økologisk mat og drikke**			
Antall tjenestesteder som kjøper og serverer mat til brukere/kunder som jobber aktivt med å redusere matsvinn, f.eks. ved å veie matavfallet/matsvinnet jevnlig?***			
Antall tjenestesteder som har utført reparasjon/redesign på møbler og inventar som erstatter nyinnkjøp.			
Antall tjenestesteder som har anskaffet noe brukt møbler og inventar som erstatter nyinnkjøp****	1		
Antall tjenestesteder med bestillings-/innkjøpsrutine som inkluderer vurdering av reparasjon og gjenbruk før nyinnkjøp			
Antall tjenesteder med rutine for ombruk av	1		
Antall tjenestesteder/virksomheter som bruker interne systemer for ombruk av IKT og EE-produkter*****	1		
Antall tjenestesteder med rutiner for rullering av arbeidsklær*****	1		
Har virksomheten en innkjøpsrutine som inneholder tiltakspunkter som reduserer innkjøp av unødvendig engangsplast?*	Ja		
Har virksomheten anskaffet alternative produkter til unødvendig engangsplast?	Ja	Hvis ja; oppgi eksempler:	Det benyttes glass, porselen og metall.
Stilles det krav i nye kontrakter med private kantineaktører om å ikke bruke unødvendig engangsplast?	Ja		
Hvilke engangsprodukter av plast skal virksomheten jobbe med å fase ut neste år?***	takeaway-emballasje i plast		

### Kildesortering av avfall:

		Antall tjenestesteder	Antall
Antall tjenestesteder som ikke kildesorterer avfall?*	0	For hvor mange tjenestesteder skyldes dette mangelfull fysisk mulighet for tilrettelegging?	
Antall tjenestesteder som kildesorterer plast?	2		
Antall tjenestesteder som kildesorterer matavfall?	2		
Antall tjenestesteder som kildesorterer papp og papir?	2		
Antall tjenestesteder som kildesorterer glass og metall?	2		
Antall tjenestesteder som kildesorterer elektrisk og elektronisk avfall?	2		
Antall tjenestesteder som har rutine for levering av farlig avfall til godkjent mottak?	2		
Antall tjenestesteder som leverer gjenstander til ombruk/gjenbruk?	2		
Antall tjenestesteder som leverer tekstil til ombruk/gjenbruk?	0		
Antall tjenestesteder med <b>avtale</b> for avfallsinnhenting som ivaretar kildesortering av minimum avfallstypene papp/papir, glass/metall, elektrisk/elektronisk avfall og farlig avfall	2		
Antall tjenestesteder med <b>avtale</b> for avfallsinnhenting som ivaretar kildesortering plast og matavfall	2		

## **6. OPPFØLGING AV VERBALVEDTAK OG FLERTALLS-MERKNADER**

### **6.1 Utkvittering av bystyrets verbalvedtak og merknader**

Det er ikke vedtatt verbalvedtak for 2022 som gjelder eksplisitt for etaten.

### **6.2 Merknader fra kommunerevisjonen og kontrollutvalget**

Ingen merknader fra Kommunerevisjonen eller Kontrollutvalget er mottatt i 2022.

Kommunerevisjonen har gjennomført en forvaltningsrevisjon i 2022 som skal behandles i Kontrollutvalget i januar 2023. Det er redegjort for dette i avsnitt 2.3 Styring og kontroll.